

MANUAL DE REGLAMENTOS PARA MERCADEO DIRECTO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

“EL LIBRO VERDE”



QUINTA EDICIÓN
ACTUALIZADO EN 2006

UNA PUBLICACIÓN DEL
DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA DEL ESTADO DE WASHINGTON
PROGRAMA DE GRANJAS PEQUEÑAS Y MERCADEO DIRECTO

La quinta edición de este manual fue preparada por
Leslie Zenz, Kelli Sanger y David Wides
Programa de Pequeñas Granjas y Mercadeo Directo
Departamento de Agricultura del Estado de Washington
(WSDA, por sus siglas en inglés)

Traducción al español coordinada por el Dr. Malaquias Flores, WSU -Programa de Pequeñas
Granjas y patrocinada por
USDA-RMA.



Para recibir copias adicionales de este manual, contacte:
WSDA Small Farm & Direct Marketing Program
P.O. Box 42560
Olympia, WA 98504
(360) 902-1884
smallfarms@agr.wa.gov

El *Manual de Reglamentos para Mercadeo Directo de Productos Agrícolas*
está disponible en formato PDF en el sitio Web del WSDA:
<http://agr.wa.gov/Marketing/SmallFarm/greenbook.htm>

PUB 200-056S (R/6/06)

Si tiene preguntas sobre la disponibilidad de esta publicación en formatos diferentes, contacte a la
repcionista del WSDA al número telefónico
(360) 902-1976 o al Fax (360) 902-1996.

Nota: La información incluida en este manual está al corriente cuando se publicó.
Sin embargo, las leyes y reglamentos cambian frecuentemente.
Favor de consultar con los contactos proporcionados en este manual para
obtener la información más actualizada sobre los requisitos y cuotas.



**Valoria H. Loveland,
Director de Agricultura**

Muchas personas contribuyeron a la redacción de éste manual.
El Programa de Granjas Pequeñas y Mercadeo Directo desea agradecer a estos individuos
y organizaciones por sus comentarios, sugerencias, paciencia y otro apoyo editorial:

Claudia Coles, WSDA Food Safety Program

Linda Condon, WSDA Food Safety Program

Mariah Cornwoman, CW Ray LLC.

Denise Curette, WSDA Food Safety Program

Chris Curtis, Seattle Neighborhood Farmers Market Alliance

Dave Gifford, Department of Health

Jennifer Hall, WSU Extension Spokane County

Rachael Jamison, WSDA Organic Food Program

Karen Kinney, Seattle Neighborhood Farmers Market Alliance

Zachary Lyons, Washington State Farmers Market Association

Chrys Ostrander, Chrysalis Farm of Tolstoy, Davenport, WA

Jim Pressley, WSDA Food Safety Program

Jim Quigley, WSDA Fruit and Vegetable Inspection Program

Mark Savage, Washington State Department of Natural Resources

Ned Therien, Department of Health

Jim Thompson, Public Health of Seattle/King County

John E. Wack, Dept. of Revenue



Cascade Harvest Coalition

Chef's Collaborative

Washington State Farmers Market Association (WSFMA)

Washington State University Small Farm Program

Washington State University Small Farms Team

Washington Sustainable Food and Farm Network

Washington Tilth Producers

Tabla de Contenido

PRÓLOGO	V
GRANJAS PEQUEÑAS Y MERCADEO DIRECTO	VI
<i>Sobre este Manual</i>	vii
<i>Definiciones y Términos</i>	vii
<i>Programa de Pequeñas Granjas y Mercadeo Directo del Departamento de Agricultura del Estado de Washington</i>	ix
CÓMO HACER NEGOCIOS EN EL ESTADO DE WASHINGTON	1
LICENCIAMIENTO	2
IMPUESTOS	4
TRABAJO EN LA GRANJA	5
ASEGURANZA	9
ESTRATEGIAS DE MERCADEO DIRECTO	11
OPCIONES DE MERCADEO DIRECTO	12
MERCADOS DE GRANJEROS	14
AUTO-SELECCIÓN (<i>U-PICK</i>) Y PUESTOS EN LA GRANJA.....	17
AGROTURISMO.....	18
AGRICULTURA APOYADA POR LA COMUNIDAD	20
DIRECTO A RESTAURANTES Y TIENDAS DE MENUDEO	22
DE LA GRANJA A LA CAFETERÍA (<i>FARM-TO-CAFETERÍA</i>).....	24
MERCADEO VÍA INTERNET Y PEDIDOS POR CORREO	25
VENTA DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS	27
HUEVOS	28
PESCADO Y MARISCO.....	30
FRUTAS Y VEGETALES FRESCOS	34
PRODUCTOS HERBARIOS	37
MIEL	39
CARNE	40
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS	43
HONGOS.....	46
AVES DE CORRAL	47
PRODUCTOS DE VIVERO.....	50
ALIMENTOS PREPARADOS Y SERVICIO DE ALIMENTOS	51
ALIMENTOS PROCESADOS.....	52
VINO, CERVEZA Y SIDRA FERMENTADA	55

ETIQUETADO	59
ETIQUETADO PARA ALIMENTOS PROCESADOS	60
CERTIFICACIÓN ORGÁNICA	62
ETIQUETAS ECOLÓGICAS (ECOETIQUETAS).....	64
GUÍAS DEL WSDA PARA OTRAS AFIRMACIONES EN ETIQUETAS DE PRODUCTOS DE CARNE, ANIMAL O ALIMENTO	66
KOSHER	69
HALAL	70
TEMAS GENERALES.....	73
CUPONES PARA ALIMENTOS.....	74
PROGRAMAS DE NUTRICIÓN EN MERCADOS DE GRANJEROS	76
PESOS Y MEDIDAS.....	78
SEÑALAMIENTO	79
APÉNDICE.....	83
RECURSOS PARA MERCADEO DIRECTO	84
<i>Publicidad</i>	84
<i>Turismo Agrícola</i>	85
<i>Agricultura Apoyada por la Comunidad (CSA)</i>	86
<i>Mercadeo Directo</i>	86
<i>Planificación de la Granja</i>	88
<i>De la Granja a la Cafetería</i>	89
<i>Mercados de Granjeros</i>	91
<i>Mercadeo de Flores y Hierbas</i>	92
<i>Mercadeo de Ganado</i>	93
<i>Mercadeo de Productos de Vivero</i>	94
<i>Mercadeo de Productos Frescos</i>	95
<i>Mercadeo a Restaurantes</i>	96
<i>Mercadeo de Valor Agregado</i>	96
ORGANIZACIONES	98
DEPARTAMENTOS LOCALES DE SALUD	109

Prólogo

Granjas Pequeñas y Mercadeo Directo

El mercadeo directo se ha convertido en una manera eficiente para granjas pequeñas y medianas para lograr sostén económico. El mercadeo directo implica estrategias en las cuales el agricultor o productor vende sus productos directamente al consumidor. Aun cuando los restaurantes, instituciones privadas y tiendas de abarrotes no son considerados “consumidores”, se ha proporcionado información sobre mercadeo directo a estos tipos de lugares en este manual. Estas estrategias describen formas de mercadotecnia en las cuales los agricultores venden sus propios productos, evitando el uso de agentes intermediarios o mayoristas y de esta forma incrementan su potencial de ingresos.

El mercado agrícola de hoy se ha convertido altamente global y competitivo, muchos agricultores de pequeña escala no están dispuestos o no pueden competir con canales mayoristas. Al usar estrategias de mercadotecnia directa como instrumentos, pueden asegurarse su viabilidad económica en el mercado. Estas son algunas razones por las cuales el mercadeo directo beneficia a los agricultores:

- Al convertirse en productor y vendedor, el agricultor puede capturar más del precio al público. Sin embargo, se debe estar consciente que al vender uno sus propios productos, se requiere tiempo y trabajo adicional, lo cual puede agregar costos a su plan de negocios.
- El vender directamente al consumidor permite que se desarrollen relaciones comerciales, lo cual incrementará ventas repetidas y oportunidades de encontrar nuevos compradores. El trabajar directamente con el consumidor permite que el agricultor entienda lo que el consumidor quiere y necesita. Esto permite que el agricultor responda rápidamente a estas necesidades. Además, los agricultores tienen más control sobre sus productos, lo cual les permite mantener la calidad hasta que estos lleguen al consumidor.
- Las relaciones de mercadeo directo educan al consumidor sobre las necesidades del agricultor. Entre más entiendan las personas sobre la naturaleza de la producción local de alimentos, se preocuparán más por preservar la salud de la agricultura local.
- El llenar mercados altamente especializados a través de mercadeo directo agrega distinción y diferenciación a los productos agrícolas. Además, las pequeñas granjas pueden ofrecer pequeñas cantidades o productos no comunes que no se pueden conseguir a través de canales mayoristas, permitiéndoles satisfacer las necesidades de muchos restaurantes.
- Los consumidores responden favorablemente al conocer a la persona a quién le están comprando.

El número de personas que desea productos locales, frescos o distintivos está creciendo. Al igual está creciendo conciencia de la contribución económica, social y ambiental que producen las granjas locales y la producción de alimentos a las comunidades rurales y urbanas. El interés en alimentarse sanamente también ha centrado la atención en productos frescos locales.

Estas tendencias están ilustradas por la creciente popularidad de mercados de granjeros. En Washington, el número de mercados de granjeros ha crecido gradualmente de 56 mercados en 1997 a casi 100 en 2004. Las ventas de los mercados de granjeros también han incrementado 20% al año. Aproximadamente 1,200 agricultores venden sus productos en mercados de granjeros cada semana.

Los programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad, donde las familias de la comunidad compran parte de la cosecha de las granjas al principio de la temporada y reciben entregas semanales

han crecido en forma similar que los mercados de granjeros. Desde los primeros dos programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad en 1986, el número de tales programas ha crecido a 1,700 a través de los Estados Unidos en 2004. En este estado, hay casi 90 programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad, lo cual pone a Washington entre los cinco estados con mayor número de este tipo de programas.

Las ventas directas a restaurantes e instituciones públicas también han crecido. *The Chef's Collaborative* es una organización nacional dedicada a educar a chefs y a la comunidad de restaurantes sobre la importancia de comprar productos producidos a nivel local y de promover agricultura sostenible. Las secciones del noroeste del país son algunas de las secciones más fuertes y activas. Los programas que unen universidades y escuelas locales con granjas locales (“Granja a Cafetería” o “*Farm-to-Cafeteria*”) han surgido como otra estrategia para apoyar la agricultura local y a la misma vez proveer comida nutritiva y fresca a los estudiantes. Actualmente hay 78 programas de “Granja a Cafetería” en Washington.

Cada granja tiene su propia forma de producir cosechas y animales, al igual, cada granja desarrollará su propio plan de mercadeo. La viabilidad comercial económica de una granja es más probable si el plan de mercadeo tiene varias estrategias. La diversificación de estrategias de mercadeo permite más flexibilidad y estabilidad si alguna estrategia no funciona o empeora con el tiempo. Muchas pequeñas granjas asisten a los mercados de granjeros, frecuentemente varios por semana, además de tener un programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad y/o ventas en su granja. Algunas veces, las granjas contratan un intermediario o mayorista para una de sus cosechas. El dicho americano que dice “vende antes de plantar” en realidad es muy sabio. Se debe desarrollar un plan de mercadeo detallado junto con el plan de producción, considerando el trabajo, transporte, sistema de refrigeración, costos de embalaje y cuotas asociadas con la estrategia escogida. Normalmente, un buen plan de mercadeo es lo que distingue el éxito de una granja que batalla para sobrevivir. El plan de mercadeo puede ser dinámico y puede cambiar de año a año al ir uno teniendo éxito en un área o una nueva oportunidad en otra. La adaptabilidad, el mantenerse atento a las tendencias de compra del consumidor, ser creativo y tratar nuevas ideas son fundamentales para tener éxito.

Sobre este Manual

Este manual fue diseñado para ayudar a los agricultores a familiarizarse con los reglamentos del Estado de Washington asociados con el mercadeo directo de productos agrícolas. Al proveer información reguladora a los productores, el Departamento de Agricultura del Estado de Washington asegura conformidad de la seguridad alimentaria y políticas de licenciamiento, lo cual facilita el uso de estrategias de mercadeo directo y promueven los sistemas de alimentos locales. Este manual describe varias estrategias de mercadeo directo, mas solo debe servir como un punto inicial. Existen muchos recursos para la ayudar a los negocios de las pequeñas granjas en el mercadeo directo exitoso de sus productos. Muchos de tales recursos están enumerados en el Apéndice.

Las disposiciones resumidas en este manual se encuentran en leyes estatales. Este manual es una perspectiva general de estas leyes, no una descripción completa. Si hay conflictos en lo que esta escrito en este manual y lo que la ley contiene, prevalece la ley pertinente al caso.

Definiciones y Términos

Los siguientes términos se usan en este manual. Estas definiciones se aplican en el lenguaje utilizado en este manual.

Ventas Directas al Minorista: Los agricultores venden su producto a un negocio que revenderá sus productos al por menor. Esto incluye ventas a restaurantes, tiendas de abarrotes minoristas e instituciones públicas.

Vendedor en Mercado de Granjeros: Un agricultor o agente intermediario. Aunque este manual fue diseñado para incluir que los gerentes de los mercados de granjeros también lo usen, no incluye información sobre vendedores de artesanías.

Ventas al Por Menor: El agricultor vende su producto al usuario final. Esto incluye mercados de granjeros, programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad (CSA, por sus siglas en inglés), ventas en la granja, ventas por Internet y ventas en puestos de productos agrícolas.

Ventas al Por Mayor: Las ventas a compañías mayoristas de productos frescos, procesadores o empacadoras.

RCW: El Código Revisado de Washington (*Revised Code of Washington*), un estatuto promulgado ley por la asamblea legislativa estatal.

WAC: Código Administrativo de Washington (*Washington Administrative Code*), regla adoptada por una agencia estatal.

Programa de Pequeñas Granjas y Mercadeo Directo del Departamento de Agricultura del Estado de Washington

La misión del Programa de Granjas Pequeñas y Mercadeo Directo es *incrementar la viabilidad económica de las Granjas Pequeñas, construir viabilidad comunitaria y mejorar la calidad ambiental de la región al facilitar oportunidades de mercadeo directo y brindar atención a las barreras de mercadeo directo que enfrentan las pequeñas granjas en Washington*. Este programa fue establecido para satisfacer las necesidades de granjas a pequeña escala a través de proyectos que:

- Ayudan a los agricultores a entender los reglamentos actuales de mercadeo;
- Brindan atención a las barreras en los reglamentos de mercadeo;
- Ayudan a desarrollar infraestructura necesaria para comercializar productos agrícolas;
- Ayudan en el desarrollo de mercados de granjeros;
- Promueven sistemas de alimento local, y;
- Proporcionan una voz para la agricultura a pequeña escala dentro del gobierno estatal.

El programa fue creado en 1999 con fondos a través de una subvención de la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos (*U.S. Environmental Protection Agency [EPA]*) y del Programa de Investigación y Educación de Agricultura Sostenible (*USDA's Sustainable Agriculture Research and Education Program [SARE]*). El Programa de Alimentos Orgánicos del Departamento de Agricultura del Estado de Washington (*WSDA Organic Food Program*) igualó el financiamiento.

La legislación que establece el programa en ley estatal fue promulgada en junio del 2001 con financiamiento estipulado en el presupuesto estatal. Fondos adicionales fueron proporcionados por la Iniciativa para la Agricultura y los Sistemas Agrícolas Futuros del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (*UDA's Initiative for Future Agriculture and Farming Systems [IFAFS]*) para un proyecto que investigaría oportunidades de mercadeo directo para pequeñas granjas en Washington, Oregon y Idaho y también por la Agencia de Administración de Riesgos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (*USDA's Risk Management Agency*).

Para más información sobre el Programa de Granjas Pequeñas y Mercadeo Directo del Departamento de Agricultura del Estado de Washington, contacte a:

WSDA Small Farm & Direct Marketing
P.O. Box 42560
Olympia, WA 98504
(360) 902-2057
Correo Electrónico: smallfarms@agr.wa.gov
Sitio Web: <http://agr.wa.gov/marketing/smallfarm>

Cómo Hacer Negocios en el Estado de Washington

Licenciamiento

Licencia Maestra (*Master License*)

Las granjas que tienen ingresos anuales brutos de \$12,000 o más deben obtener una licencia de negocios (referida aquí como la Licencia Maestra) en el Estado de Washington.

Bajo ley estatal de Washington (RCW 36.71.090), *ninguna ciudad o pueblo* puede pasar o imponer una ordenanza que prohíba la venta de productos alimenticios de granja (*excepto* lácteos, carne, aves de corral, anguila, pescado, molusco o marisco) directamente del productor al consumidor final, ni tampoco pueden requerirle al productor una Licencia de Vendedor. Sin embargo, esta ley no le prohíbe al Estado el requerir tal licencia. Inclusive, las granjas del estado de Washington que venden sus productos al por menor (en mercados de granjeros, o en programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad, auto-selección o “u-pick”, etc.) o al por mayor (en restaurantes o tiendas de abarrotes) están sujetas a Impuestos de Negocio y Ocupación (*B&O taxes*) y deben tener una Licencia Maestra.

Esta ley no prohíbe reglamentos sanitarios respecto al manejo de productos, ni impide que el Estado adopte reglamentos que gobiernen la venta de productos de granja.

Los negocios agrícolas pueden obtener una Licencia Maestra del Departamento de Licenciamiento, el cual provee un número de registro de impuestos. Con este número, llamado el número Identificador de Negocios Unificados (*Unified Business Identifier [UBI]*) el negocio puede comprar provisiones (fertilizante, herramientas, botes para mermelada, etc.) de tiendas al por mayor y otras tiendas sin tener que pagar impuestos. El hacer esto puede ahorrarle mucho dinero al negocio.

Puede solicitar una Licencia Maestra bajo su propio nombre o bajo el nombre comercial o nombre del negocio.

Si desea saber si el nombre comercial que usted quiere usar ya está registrado por otro negocio, puede pedir una búsqueda al Servicio de Licencia Maestra (*Master License Service*) en el Departamento de Licenciamiento (*Department of Licensing*). La cuota por tales búsquedas varía si es pedido por teléfono o por correo y dependen de cuántos nombres se busquen.

Un mercado de granjeros puede estar cubierto por una Licencia Maestra que permite tener un puesto entre otras actividades. Sin embargo, muchos mercados de granjeros requieren vendedores de productos agrícolas así como vendedores de artesanías y vendedores de productos no agrícolas para poder tener su propia Licencia Maestra.

Adenda Agrícola (*Agriculture Addendum*)

Un Adenda Agrícola, disponible en el paquete de solicitud para la Licencia Maestra, debe acompañar su solicitud si:

- Usted vende o distribuye huevos
- Usted tiene un locker refrigerado;

- Usted vende pesticidas; o
- Usted vende productos de vivero al mayoreo o menudeo.

Cuota por la Licencia Maestra: \$15.00

Registro del nombre comercial: \$5.00 por nombre

Pueden existir otras cuotas.

Contacte: Washington State Department of Licensing
Master License Service (MLS)
P.O. Box 9034, Olympia, WA 98507-9034
(360) 664-1400

Puede ir al sitio Web del MLS para encontrar respuestas a sus preguntas sobre la Licencia Maestra: <http://www.dol.wa.gov>

Revender Productos Agrícolas

Es común en el Estado de Washington vender productos agrícolas comprados de alguien más o los cuales venden a base de comisión. Muchos puestos de fruta funcionan de esta forma. Algunos mercados de granjeros permiten que los comerciantes vendan fruta o productos frescos obtenidos de otras granjas. Por ejemplo, los mercados al oeste de *Cascades* pueden tener en venta frutas u otros productos adquiridos de granjas del lado este. Sin embargo, la mayoría de los mercados de granjeros tiene pautas que regulan o rechazan este tipo de ventas. Antes de comenzar este tipo de ventas, cheque con el mercado si está permitido. Los comerciantes que compran productos para reventa deben tener una de las siguientes licencias del Departamento de Agricultura del Estado de Washington:

La Licencia de Compras en Efectivo (*Cash Buyer's License*) es la que más aplica al vendedor en mercados de granjeros. Con esta licencia el comerciante debe pagar al cultivador en efectivo, cheque certificado, cheque bancario o cheque bancario de caja. Esta licencia cuesta \$100.00.

La Licencia de Comerciantes a Comisión (*Commission Merchant's License*) debe obtenerse si el comerciante recibe una comisión por el productor. Esta licencia también es requerida para puestos a base de comisión en mercados de granjeros o si el cultivador vende una grande cantidad de productos de otro cultivador. Esta licencia cuesta \$450.00 y el titular del permiso debe estar asegurado por una cantidad basada en las compras anuales brutas.

La Licencia para Compradores/Vendedores de Productos Frescos (*Produce Dealer's License*) aplica en situaciones donde el vendedor paga al cultivador con cheque personal o compra a crédito. Esta licencia cuesta \$450.00 y el titular del permiso debe estar protegido por seguro de \$10,000.00

Las licencias para compradores con efectivo, comerciantes a base de comisión y vendedores de productos frescos son válidas del 1 de enero al 31 de diciembre.

Contacte: WSDA
Commission Merchants Program
P.O. Box 42560
Olympia, WA 98504
(360) 902-1854

commerch@agr.wa.gov

<http://agr.wa.gov/Inspection/CommissionMerchants>

Impuestos

Cómo obtener un número de impuestos

Las granjas que venden sus productos al por menor, como en mercados de granjeros o puestos al borde de la carretera deben obtener un número de impuestos (*Unified Business Identifier [UBI]*) del Departamento de Rentas Públicas del Estado de Washington (*Washington State Department of Revenue*). Las granjas deben presentar su declaración de impuestos de acuerdo a los requisitos, aún si la cantidad total de ventas brutas no requiere impuestos. El número de impuestos (UBI) es asignado al negocio cuando solicita una Licencia Maestra de Negocio (*Master Business License*). No está requerido registrarse con el Departamento de Rentas Públicas (*Department of Revenue*), recaudar impuesto sobre las ventas, ni pagar otro tipo de impuesto o cuota si su ingreso anual bruto es menos de \$12,000.

Dos tipos de impuestos se aplican a vendedores de ventas directas: Impuesto de Ventas al Menudeo (*Retail Sales Tax*) e Impuestos de Negocio y Ocupación (*Business & Occupation Tax o B&O Tax*). Los dos se manejan de la misma forma una vez que se obtenga el número de impuestos.

Impuesto de Ventas al Menudeo

(*Retail Sales Tax*)

Generalmente, los productos frescos, los comestibles y otros productos alimenticios sin preparar están exentos de Impuestos de Ventas al Menudeo. Los impuestos se aplican a las ventas de comidas y alimentos preparados por el vendedor sin importar donde sea servido o llevado por el comprador, con algunas excepciones específicas. La comida de mascotas y provisiones, semillas, y las plantas vivas incluyendo plantas comestibles se consideran productos no alimenticios y están sujetos al impuesto de ventas al menudeo. Sin embargo, las semillas y plantas comestibles se consideran exentas del impuesto de ventas al menudeo si son compradas con cupones para alimentos (*food stamps*).

Todos los comerciantes que no estén exentos bajo el criterio anterior deben obtener un número de impuestos (*UBI*) y cobrar personalmente impuestos de los clientes.

Impuestos de Negocio y Ocupación

(*Business & Occupation Tax*)

Las granjas que llevan a cabo ventas al por menor están sujetas al *B&O Tax*. Este impuesto no se aplica a las ventas a restaurantes, supermercados y otros lugares mayoristas. La tasa básica del *B&O Tax* para ventas al por menor es .00471 de las ventas brutas. Algunos negocios de granjas pequeñas se darán cuenta de que el Estado provee un crédito de impuestos en caso de tener ventas bajo cierta cantidad. Estas cantidades dependen de cuándo y cada cuánto declaran (mensualmente, trimestralmente, etc.)

Algunas ciudades también cobran su propio *B&O Tax*, usualmente bajo el mismo criterio que el Estado.

Contacte: Washington State Department of Revenue
Centro de Información por Teléfono
Número de Teléfono Gratuito: (800) 647-7706

Trabajo en la Granja

Número de Identificación de Empleados (*Employer's Identification Number*)

Cualquier negocio que contrate empleados debe obtener un número de identificación federal, llamado Número de Identificación de Empleados (*Employer's Identification Number*). Deben presentar la Forma SS-4 a Hacienda Pública (*Internal Revenue Service o IRS, por sus siglas en inglés*). El Número de Identificación de Empleados es un número usado por el *IRS* para identificar a los contribuyentes de impuestos a los que se les requiere presentar varias declaraciones de impuestos de negocio. El número de identificación de empleados asignado a su negocio estará registrado con el *IRS*, la Administración de Seguro Social (*Social Security Administration*) y el Departamento de Trabajo (*Department of Labor*). Contacte al *IRS* para obtener información general sobre cómo obtener una forma SS-4 o para solicitar el documento titulado “*Understanding Your EIN*.”

Contacte: Internal Revenue Service
(800) 829-3676
<http://www.irs.gov/>
“*Understanding Your EIN*”:
<http://ftp.fedworld.gov/pub/irs-pdf/p1635.pdf>

Impuestos de Asegurancia de Desempleo (*Unemployment Insurance Taxes*)

Todos los empleadores que hacen negocios en Washington están sujetos a los impuestos de asegurancia de desempleo a menos que estén específicamente exentos. La obligación fiscal es determinada por el tipo y la naturaleza de su negocio agrícola y de donde se lleve a cabo el trabajo. El Departamento de Seguridad de Empleo (*Employment Security Department*) es quien determina esto una vez que usted haya registrado su negocio. La responsabilidad comienza con su primer trabajador en su primera nómina.

El *Employment Security Department* participa en el programa de número de impuestos (UBI). Los negocios sujetos a impuestos del Estado de Washington pueden registrarse por medio del programa de Licencia Maestra, con el *Employment Security Department* o con los departamentos de Ingresos (*Department of Revenue*), Licencias (*Licensing Department*) o Trabajo e Industrias (*Department of Labor and Industries*).

Contacte:

Employment Security Department
(360) 902-9360

o

Línea de Ayuda para los Empleadores de Washington
(*Washington Employer Help Line*)
Línea gratis: (888) 836-1900

Indemnización de Trabajadores

Se le requiere a los empleadores pagar prima de indemnización de trabajadores para sus empleados. El cálculo de los ingresos imponibles está basado en el número de horas trabajadas por cada clasificación de trabajo. Éste es determinado por un trabajador social asignado al empleador cuando se expide un número de impuestos (con una Licencia Maestra). **Nota:** Si paga sueldo a los miembros de su familia mayores de 18 años por trabajos agrícolas, debe hacer pagos al Fondo de Indemnización de Trabajadores (*Worker's Compensation Fund*).

Contacte:

Departamento de Trabajo e Industrias del Estado de Washington
(*Washington State Department of Labor and Industries*)
División de Aseguración Industrial – Servicios para los Empleadores
(*Division of Industrial Insurance – Employer Services*):

Olympia: 7273 Linderson Way SW
Olympia, WA 98504
(360) 902-4817

Spokane: 901 N. Monroe St., Suite 100
Spokane, WA 99202
(509) 324-2600

Yakima: 15 W. Yakima Ave., Suite 100
Yakima, WA 98902
(509) 454-3700

Seguro Social

Para información con respecto a sus responsabilidades de Seguro Social para con sus empleados, contacte a Hacienda Pública (*Internal Revenue Service*).

Contacte: Internal Revenue Service (IRS)
(800) 829-1040

Requisitos de Edad para Trabajadores de Agricultura

Está permitido que los agricultores contraten jóvenes de 14 años de edad (mínimo) durante horas fuera del horario de clases. Los hijos de las familias granjeras están exentos de los reglamentos concernientes al empleo de menores (WAC 296-131). Se requiere Certificado de Permiso de Trabajo de Menores (*Minor Work Permit Endorsements*) de los empleadores con trabajadores menores (entre 14 y 17 años de edad). Antes de darle empleo a

un menor, el empleador debe obtener permiso escrito del tutor legal del menor y también de la escuela si el empleo ocurre durante el año escolar.

Está permitido que los niños de 12 y 13 años de edad trabajen **solamente** durante semanas sin clases y solo para recolectar manualmente moras, bulbos, pepinos, y cultivar manualmente espinacas.

Algunas funciones agrícolas son consideradas peligrosas para menores y están prohibido que las lleven a cabo (WAC 296-131-125). Para más información sobre estas y otras cuestiones de trabajo:

Contacte:

Oficina Local del Departamento de Trabajo e Industrias del Estado de Washington (*Local Department of Labor and Industries*) (véase página anterior) o;

Oficina Central del Departamento de Trabajo e Industrias (*Department of Labor and Industries Central Office*)

(360) 902-5316

<http://www.lni.wa.gov/>

Salario

Se requiere que los empleadores paguen el salario mínimo estatal a los trabajadores mayores de 16 años de edad. Bajo la Ley de Normas Razonables de Trabajo (*Fair Labor Standards Act*), las excepciones agrícolas del salario mínimo y estipulaciones sobre pago de horas extras incluyen:

- Empleados agrícolas que son miembros directos (padre, madre, hijos, hijas) de la familia del agricultor.
- A personas que se ocupan principalmente en la pradera con la producción de ganado.
- Cultivadores manuales locales quienes: viajan todos los días una distancia considerable entre su lugar de residencia y el de trabajo, a quienes se les da retribución por unidad y que se participan en agricultura menos de 13 semanas durante el año en proceso.
- Menores que no son del área, menores de 16 años quienes cultivan manualmente, se les da retribución por unidad, están empleados en la misma granja que sus padres y se les paga la misma retribución por unidad que a los trabajadores mayores de 16 años de edad.

No puede pagarse menos del porcentaje determinado del mínimo estatal (85% del salario mínimo en 2001) a los trabajadores menores de 16 años. Contacte al Departamento de Trabajo e Industrias del Estado de Washington (Washington State Department of Labor and Industries) para verificar la cantidad. Los trabajadores menores de 16 años también pueden estar cubiertos bajo las Pautas Federales de Salario Mínimo (*Federal Minimum Wage Guidelines*). Contacte al Departamento de Trabajo de los Estados Unidos para más información.

Los empleadores deben mantener registros en sus archivos de sus empleados por tres años. Los archivos deben incluir el nombre y dirección del empleado, ocupación, tiempo de empleo, pagos cada periodo y tarifa salarial.

Contacte:

Departamento de Trabajo e Industrias del Estado de Washington
(*Washington State Department of Labor and Industries*)
Línea de Ayuda para Empleadores: (360) 902-5316

Departamento de Trabajo de Estados Unidos
(*United States Department of Labor*)
(206) 553-4482

Mediación de Empleo

Se ofrecen servicios de mediación para los empleadores de agricultores y sus empleados a través del Programa de Mediación de Empleo Agrícola. La mediación puede ayudar a los agricultores y sus trabajadores a resolver disputas sin el costo y estrés de acudir a los tribunales. Este servicio informal es gratis y confidencial. La oficina principal está en Olympia, mas se proporcionan servicios por todo el estado. Se provee también interpretación en cualquier idioma requerido por las partes que pidan mediación.

Contacte:

Agricultural Employment Mediation Program
924 Capitol Way S #106
Olympia, WA 98501
Teléfono: (360) 943-5406 / Número gratis: 1-877-943-2700

Libro para Empleados

La Agencia de Granjas de Washington (*Washington Farm Bureau*) publica un material muy útil para los agricultores titulado *Employer Deskbook: A Reference Manual for Agricultural Employment and Labor Issues*. Este contiene información sobre leyes de horas y sueldos, Ley de Protección de Trabajadores Emigrantes y Temporales en la Agricultura (*Migrant and Seasonal Agricultural Worker Protection Act*), indemnización de trabajadores, informes sobre retrospectiva y seguridad y otras leyes estatales y federales. Copias de este manual se pueden obtener por \$20.00

Contacte:

Washington Farm Bureau
P.O. Box 2009
Olympia, WA 98507
(360) 357-9975, ext. 116

Aseguranza

La aseguranza es una de las partes más olvidadas en lo que concierne a un negocio agrícola. En esta cultura contenciosa, es importante tener cobertura adecuada para todas sus actividades agrícolas. Existe cobertura de seguros para casi cualquier actividad en la que uno desee participar. Sin embargo, el costo por la cobertura no siempre es el mejor para su granja. Compare precios para poder encontrar la aseguranza que mejor favorezca las necesidades de su granja. Recuerde también agregar este gasto en el plan de negocio de su granja.

Existen dos tipos principales de agentes de seguros. Un agente monopolizado vende pólizas solo a una compañía particular. Un agente independiente puede hacer un plan de cobertura para varias compañías. Una vez que haya establecido una póliza que le sirva en sus operaciones, recuerde mantenerse en contacto con su agente cada vez que haga un cambio en su mercadeo (cambio de lugar) o cambio de producción. No suponga que un nuevo producto o actividad será cubierta solamente porque es parte de sus operaciones o porque es parecida a las que ya tienen cobertura. Si una actividad o producto no está específicamente descrito en su póliza, no está cubierto.

Si su actividad agrícola es muy pequeña, podría tan solo tener que agregar cobertura a su póliza de seguro de propietario de vivienda. Las actividades agrícolas más grandes requieren una póliza de seguros de granja que incluya cobertura de propiedad al igual que cobertura de responsabilidad civil para lesiones físicas y productos alimenticios ingeridos. Una póliza de seguros de granja puede también incluir puestos al borde de la carretera, estén o no en su propiedad y aún puede extenderse con permiso para cubrir un puesto en el mercado de granjeros. Las granjas que procesan comida o venden flores principalmente u otros productos no comestibles pueden requerir una póliza de responsabilidad general comercial.

Pólizas para Grupos

Puede ser una buena idea buscar una póliza para grupos si forma parte de un grupo de productores o de negocios que están involucrados en la misma empresa. Por ejemplo, la Asociación de Mercados de Granjeros del Estado de Washington (*Washington State Farmers Market Association*) proporciona una póliza para grupos para sus mercados miembros. Esta póliza cubre accidentes causados por la negligencia del mercado, la cual puede causar lesiones a los clientes, vendedores o empleados del mercado, o la cual causa daño a la propiedad donde se lleva a cabo el mercado o a la propiedad de un cliente. Esta póliza no cubre a los vendedores individuales por responsabilidad del producto u otros instantes donde el vendedor es responsable. Las pólizas para grupos pueden ser negociadas a un precio más económico por lo cual el costo es más bajo para cada persona asegurada.

Contacte: A su agente de seguros o consulte el directorio de teléfono bajo “agentes de seguros”.

Otras Consideraciones

Debe asegurarse que tenga cobertura de seguros adecuada para cuando invita al público a su granja en caso de que suceda algún percance. Las actividades como puestos en la granja, cultivos de auto-selección, visitas guiadas de la granja y otros eventos relacionados con el turismo agrícola deben estar bien definidos dentro de su cobertura. Hay pocas excepciones a esto. Cuando el terrateniente invita al público a su propiedad sin cobrar “con el propósito de recreación al aire libre (específicamente definido)”; el terrateniente no es responsable por lesiones involuntarias sufridas por los usuarios (RCW 4.24.210). Sin embargo, esta ley no aplica si la persona paga para entrar o para usar la propiedad.

La cobertura de responsabilidad por los productos ingeridos por sus clientes también es muy importante.

La cantidad recomendada de cobertura para la propiedad y responsabilidad está basada en el valor neto de la granja y cinco años de ganancias. La Agencia de Seguros Grange (*Grange Insurance Agency*), por ejemplo, no asegura por menos de \$300,000 y recomienda \$1,000,000.

Aseguranza para Cultivos

Además de una póliza para granjas o aseguranza de responsabilidad general, las granjas pueden agregar cobertura adicional para la producción de cierto cultivo o para cubrir cualquier pérdida causada por fluctuaciones del mercado. La Agencia de Administración de Riesgos (*Risk Management Agency*) del Departamento de Agricultura de Estados Unidos ofrece información sobre diferentes programas de aseguranza para cultivos.

En el pasado, muchas operaciones a pequeña escala que producen una gran variedad de cultivos no han hallado la aseguranza para cultivos muy provechosa. Sin embargo, en el año 2004, algunas áreas de Washington tuvieron acceso a un programa de aseguranza para cultivos llamado *Adjusted Gross Revenue Lite (AGR-Lite)*. Este programa cubre las pérdidas de ganancias de la operación entera causadas por desastres naturales o bajas en el mercado (basado en su Anexo F de impuestos). *AGR-Lite* cubre granjas orgánicas y de mercadeo directo así como a otras operaciones más convencionales.

Para más información sobre aseguranza de cultivos federal o *AGR-Lite* contacte a su agente de seguros. Para conseguir una lista de agentes de seguros en su estado, visite el Directorio de Proveedores de Seguros de la Agencia de Administración de Riesgos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos en el siguiente enlace:

<http://www3.rma.usda.gov/tools/agents/companies/>

Estrategias de Mercadeo Directo

Opciones de Mercadeo Directo

El mercadeo directo permite mayor rendimiento de su producto al evitar el uso de agentes intermediarios o mayoristas. Sin embargo, cuando considere este tipo de mercadeo debe mantener en mente el tiempo y costo que significa el vender el producto usted mismo. Recuerde también que la técnica de mercadeo directo requiere una personalidad propicia para tener relaciones comerciales con el público. A los consumidores que compran productos directamente del productor les gustan las cualidades como frescura, alta calidad, apariencia y disponibilidad de variedades poco comunes. Algunos estudios muestran que los consumidores buscan una experiencia auténtica o alguna conexión con el productor. Por esto es que el mercadeo directo a veces es referido como “mercadeo relacional”.

El saber las expectativas de su mercado, comunicarse claramente, llevar a cabo sus compromisos y estar consciente de sus limitaciones son aspectos importantes de esta relación. Su éxito puede ser impulsado por su innovación, mas es fundada en satisfacer estos criterios. Existen muchos recursos para asistir a los negocios agrícolas con el mercadeo directo de sus productos. Las siguientes estrategias sirven como un sumario general de algunas de las maneras más populares en que las granjas están vendiendo sus productos.

Consejos para Lograr Éxito en el Mercadeo

- Antes de embarcarse en una nueva estrategia de mercado, hable con otros agricultores que la han usado o probado. No todas las estrategias funcionan para todos. Usted se podrá dar cuenta que la información más valiosa la recibirá de otros agricultores.
- Sea consistente con la calidad de su producto y sus clientes regresarán una y otra vez.
- No venda su producto más barato de lo que debe. Determine el costo de producción de su producto, determine el precio y manténgalo así. Al tener ofertas, sus clientes esperarán precios bajos cada vez y puede ser que se disgusten cuando tengan que pagar más la próxima vez.
- No venda su producto más barato que la competencia. Al bajar los precios, tal vez venderá más producto, pero determina bajo nivel de precio. Si los agricultores desean tener precios altos, deben trabajar juntos para establecer un nivel más alto.
- Mantenga una conexión con sus clientes. Mantenga una lista de correo electrónico o de domicilios postales de sus clientes para recordarles sobre productos actuales, otros temas y oportunidades.
- Esté atento a los cambios de tendencia del mercado. Consulte las revistas o periódicos para obtener ideas o actualizaciones sobre comidas gourmet, tendencias alimenticias, etc. La flexibilidad y creatividad le darán una selección más extensa de oportunidades para vender su producto.
- Considere agregar valor a su producto. Algunos ejemplos de valor agregado son los ramilletes de flores con tarjetas de regalo, mermelada o salsas de especialidad, paquetes de hortalizas prelavadas y mixtas listas para ensalada o carnes vendidas en diferentes cortes. Puede encontrar los reglamentos sobre el procesamiento de alimentos en la sección titulada *Venta de Productos Específicos*.

- Siempre trate de entregar a tiempo el producto con la calidad que prometió.
- Sea organizado. Será de gran beneficio con cualquier técnica de mercado que conozca bien su producto, que pueda dar un presupuesto, saber donde está su libro de recibos, y cuándo podrá entregar el producto. Una multitud de cualidades organizativas le ayudarán a presentarse como todo un profesional.
- Ponga atención a las técnicas de mercadeo para vender todo tipo de productos. Algunos ejemplos de estas técnicas son la presentación creativa, publicidad, letreros y productos únicos.
- Utilice sus ventajas para su provecho. Por ejemplo: ¿Tiene una hermosa granja antigua que podría ser atractiva para sus clientes que van a la granja? Considere actividades de turismo agrícola. ¿Vive en una comunidad diversa con personas de diferentes lugares de origen? Considere satisfacer los gustos de las diferentes personas que viven a su alrededor.
- Recuerde, “Si lo construye, vendrán – ¡*PERO SOLO SI SABEN QUE EXISTE!*” Hay muchas maneras económicas de hacer publicidad para su negocio agrícola. Los anuncios en el radio, los folletos fijados en lugares seleccionados, boletines de noticias enviados a listas de clientes y tarjetas profesionales le ayudarán a incrementar su clientela. Algunas veces los periódicos locales buscan sitios de interés, tales como sus deliciosos tomates en su nuevo puesto agrícola, completos con una receta y una fotografía de personas felizmente disfrutando de los tomates maduros.
- Sepa que su producto es *exactamente lo que las personas estaban buscando* y dígaselos, seguido. *Usted* es la mejor forma de publicidad.

Mercados de Granjeros

Con casi 100 ubicaciones en el estado, los mercados de granjeros de Washington son una excelente manera de promocionar directamente sus productos agrícolas. Los mercados de granjeros proporcionan una base grande de clientes para productos agrícolas, un terreno de capacitación para desarrollar técnicas de mercadeo y preferencias de los clientes. También proporciona la oportunidad de establecer contactos para otros tipos de mercadeo directo (programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad y directo a restaurantes) al igual que algunos de los mejores precios de productos frescos.

Los mercados de granjeros son el lugar más común para que los productores comiencen el mercadeo directo. Al participar en los mercados de granjeros, puede aprender sobre las expectativas del cliente y los matices del mercadeo exitoso de su producto. Muchas granjas con experiencia también aprovechan y usan los mercados de granjeros. No es nada raro que los granjeros asistan a varios mercados de granjeros cada semana.

Para poder incrementar la oportunidad de tener ventas sólidas, busque mercados bien organizados. Los mercados de granjeros varían en tamaño, lugar y “sabor”; visite el mercado donde planea vender y hable con otros de los vendedores. Observe y apunte el tipo de productos que se venden, cómo los exhiben, y cuales áreas de demanda de ciertos productos no se están utilizando. Los mercados deben tener políticas y pautas claras diseñadas para apoyar igualmente a los vendedores, al mercado y a la comunidad. Puede obtener información sobre el promedio de ventas en mercados miembros de la Asociación de Mercados de Granjeros del Estado de Washington (*Washington State Farmers Market Association*).

Si está considerado vender en mercados de granjeros, deberá comenzar el proceso en enero o febrero cuando los mercados mandan solicitudes a los vendedores. No se espere hasta que su cultivo esté listo para cosechar para comenzar el proceso. La mayoría de los mercados ya están llenos al tiempo de cosecha y no tienen capacidad para más vendedores.

Estos son varios de los elementos que pueden incrementar ventas en los mercados de granjeros:

- La apariencia limpia del producto y del vendedor.
- La abundancia (o apariencia de abundancia) del producto.
- Entable cordialmente una conversación con el cliente. Vea al cliente a los ojos y sonría.
- Manténgase en movimiento arreglando o colocando mercancía nueva en los estantes.
- Considere ofrecer muestras de su producto delicioso para que los clientes lo prueben (revise con su departamento local de salubridad para conseguir las reglas de muestreo, vea el Apéndice).
- El uso de buenas señales (carteles, letreros) es esencial. Etiquete claramente sus cultivos, precios e información del producto
- Las fotografías e información de la granja, los agricultores y sus familias son de interés para los clientes.

Cada mercado de granjeros tiene su grupo de reglas y reglamentos con respecto a cuotas para los vendedores, cuales productos se permite vender en el mercado y quien puede vender los productos. Para más información, contacte a cada mercado individualmente.

Asociación de Mercados de Granjeros del Estado de Washington (Washington State Farmers Market Association)

La Asociación de Mercados de Granjeros del Estado de Washington (WSFMA por sus siglas en inglés), una red de más de 90 mercados de granjeros, tiene una lista de mercados de granjeros miembros a través del estado. La Asociación ofrece aseguranza de responsabilidad a bajo costo para sus miembros (vea la sección de *Aseguranza*), fija un nivel para el mercado enfocado en los agricultores y proporciona oportunidades educacionales para los encargados y los vendedores del mercado.

La WSFMA crea una voz unificada para los mercados de granjeros y para promover la venta de productos crecidos a nivel local directamente al consumidor al coordinar proyectos conjuntamente con agencias estatales, Washington State University, y organizaciones sin fines de lucro.

Política de Membresía

- Para poder calificar para recibir beneficios de membresía en el WSFMA, el mercado de granjeros solicitante debe presentar una lista con mínimo cinco vendedores que son agricultores que venden sus propios productos agrícolas.
- El total combinado de las ventas anuales netas de los procesadores y/o revendedores no deberá exceder las ventas anuales netas de los productores.
- El total de las ventas anuales netas de otros no deberá exceder el total de las ventas anuales netas de los productores (contacte al WSFMA para obtener las definiciones).
- Se requiere que los mercados miembros del WSFMA mantengan una lista al día de sus vendedores miembros, incluyendo el nombre, tipo de vendedor, dirección, número telefónico y correo electrónico.
- Los mercados miembros deberán proporcionar anualmente una lista actualizada de los vendedores*, normas, reglas/política del mercado y muestras de cualquier otro documento (por ejemplo, boletines de información, solicitudes, etc.) al WSFMA. (* Para los vendedores que solicitan privacidad, incluya en la lista el nombre del negocio, el tipo de vendedor y las palabras “contacte al vendedor a través del mercado”).
- Los mercados miembros de WSFMA serán visitados periódicamente para evaluar el grado al cual están cumpliendo con los estándares de membresía de WSFMA y para evaluar las necesidades del mercado.
- Ningún artículo comercial, importado o de segunda mano deberá venderse por NINGÚN vendedor en cualquier mercado miembro de WSFMA.
- No se permite ninguna franquicia en cualquier mercado miembro de WSFMA.
- Contacte a WSFMA para recibir las guías detalladas para mercados.

Contacte:

Washington State Farmers Market Association
P.O. Box 30727
Seattle, WA 98113-0727
(206) 706-5198
<http://www.wafarmersmarkets.com>

Cupones para Alimentos**(Food Stamps)**

Su granja puede cumplir los requisitos para aceptar cupones para alimentos en mercados de granjeros. A causa de algunos cambios tecnológicos en el manejo de los cupones para alimentos, muchos mercados de granjeros no pueden procesar estos beneficios. Para más información, vea la sección titulada *Información General*.

Programas WIC y SFMNP

Muchos mercados de granjeros aceptan cheques del Programa Especial de Nutrición Suplementaria para Mujeres, Bebés y Niños (WIC, por sus siglas en inglés) o del Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Ancianos (SFMNP, por sus siglas en inglés). Vea la sección titulada *Información General* para más información sobre estos programas y sobre cómo le benefician a usted y a la comunidad.

Auto-selección (*U-Pick*) y Puestos en la Granja

Mercadeo de Auto-selección

Los mejores cultivos para mercadeo de auto-selección son los que son fáciles de cosechar y de determinar su madurez. Las frutas pequeñas, calabazas y árboles de Navidad son los más comunes; sin embargo, algunas granjas permiten la auto-selección de una gran variedad de cultivos de verduras. La auto-selección es un buen método para reducir los gastos al cosechar, mas puede requerir una gran cantidad de tiempo para atender efectivamente al público, desde transacciones de ventas e instrucción sobre cosecha hasta manejo del campo para una cosecha completa.

Es esencial usar buenas señales o letreros que puedan leerse de lejos y poner las horas que estará abierto o disponible (vea la sección de *Señalamiento*). Se requiere que tenga una balanza legal para comercio a menos de que venda los productos a precio uniforme o fijo o por pieza individual (vea la sección de *Pesos y Medidas*). Siempre debe haber alguien disponible para dirigir a los clientes al área de cosecha, para procesar la transacción y para contestar cualquier pregunta que pueda tener el cliente. La mayoría de las granjas de auto-selección pone anuncios en la sección de avisos clasificados en el periódico para atraer clientes. Considere también otras opciones tales como agregarse a la lista de su oficina de extensión local o en el directorio de granjas. Es buena idea tener una línea telefónica con un mensaje para las personas que llamen que contenga las horas de cosecha, las horas que estará abierto o disponible, las indicaciones a la granja y otra información importante.

Puestos en la Granja

Existen varias maneras de operar un puesto en la granja, desde puestos simples de autoservicio hasta intrincadas atracciones al borde de la carretera. Los puestos de autoservicio requieren instrucciones escritas simples y claras para el cliente y una caja con ranura, preferiblemente con candado para recibir el pago. Algunos elementos importantes para lograr éxito en este método de mercadeo son: refrigeración (mantiene los productos frescos), señales con fechas y tiempos que estará abierto o disponible, acceso conveniente de una carretera principal y bastante estacionamiento.

Otra manera favorable de atraer clientes es ofreciendo una variedad de productos. Algunos dueños de puestos en la granja compran productos frescos o empaquetados para incrementar los propios. Para vender productos de otros productores se requiere una Licencia de Mercantes a Comisión (ver la sección de *Licenciamiento*). Los requisitos de zonificación están dentro de la jurisdicción del gobierno local. En algunos condados, los puestos agrícolas no requieren permisos especiales de zonificación si al menos cincuenta por ciento de los productos en venta son cultivados en esa granja. Los puestos de productos frescos fuera de la granja pueden requerir permisos especiales de zonificación. Contacte al Departamento de Servicios de Desarrollo, Departamento de Construcción, Departamento de Planificación local para más información sobre permisos de zonificación y construcción.

Agroturismo

El agroturismo, también conocido como “agricultura para entretenimiento”, se está convirtiendo en una manera muy popular para atraer clientes y traer más ingresos a la granja. Los turistas de hoy se consideran “buscadores de conocimiento” y a muchos les gusta visitar lugares cerca de casa. Ellos buscan experiencias auténticas de la vida en la granja. El patrimonio cultural y el ecoturismo son los sectores con más crecimiento en la industria turística. Estas tendencias ayudan a lograr éxito en actividades de agroturismo.

Existen varias maneras de incorporar actividades turísticas a su granja, incluyendo cultivos de auto-selección, paseos a caballo, servicio de alojamiento y desayuno, demostraciones del equipo y técnicas de la granja, y festivales regionales de cosecha. Sorprendentemente, las personas están dispuestas a pagar por actividades que hubieran parecido ridículas hace unos años, como ordeñar una vaca o desherbar un huerto de dalias. A las personas les atraen las imágenes nostálgicas de actividades agrícolas en las cuales ellos pueden participar. Es para su propio provecho “crear el escenario” de una granja estereotípica, completa con un establo rojo, ganado y un tractor viejo en el frente de la granja. Los paseos en camionetas repletas de heno (“*hay rides*”) o el juego de atrapar con los dientes unas manzanas que flotan en agua (“*bobbing*”) pueden agregar encanto a la experiencia de auto-selección en huerto de calabazas.

Un zoológico donde las personas pueden acariciar a los animales y los laberintos de maíz o de pacas de heno son otros ejemplos de agricultura para entretenimiento. Existen muchos promotores profesionales de laberintos de maíz quienes pueden crear laberintos con gran detalle y en una variedad de tamaño; en promedio son de seis acres.

Antes de poner sus letreros y de darle la bienvenida al público a su granja, esté consciente de que el manejar al público requiere mucha paciencia y la personalidad correcta. Las actividades de agroturismo tienen el potencial de evolucionar más hacia el entretenimiento y no hacia la agricultura. Uno de los problemas más grandes que puede tener una granja que se involucre en actividades de agroturismo es tener vecinos descontentos. Antes de gastar recursos y tiempo en convertir su granja en una destinación de agroturismo, asegúrese de haberse comunicado claramente con sus vecinos y con las agencias locales reguladoras para entender sus obligaciones y derechos al llevar a cabo actividades de agroturismo.

Contacte a su distrito local de salubridad (vea *Apéndice*) para más información sobre los reglamentos relacionados con el juego de atrapar con los dientes unas manzanas que flotan en agua, prensado de manzanas y otras actividades relacionadas con alimentos.

Puede ser que su departamento local de salubridad regule los zoológicos donde las personas pueden acariciar a los animales. Frecuentemente, estos reglamentos requieren que usted proporcione lugares adecuados para lavarse las manos y baños para sus clientes. Estos reglamentos pueden seguirse con poco esfuerzo, así que no se desanime de llevar a cabo esta actividad.

El Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA y el Departamento de Salud del Estado de Washington proporcionan materiales educativos sobre el manejo seguro de pollitos y patitos. Para más información, visite el siguiente sitio Web:
www.doh.wa.gov/ehp/ts/zoo/salmonellachick.htm.

Asegúrese de tener la póliza de aseguranza adecuada para cubrir cualquier percance que pueda ocurrir mientras esté el público en su granja (vea la sección de *Aseguranza* para más información).

Agricultura Apoyada por la Comunidad

El programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad es un sistema de mercadeo donde los clientes compran “acciones” de la cosecha de la granja. Ellos pagan una cantidad al comienzo de la temporada, proporcionando capital a la granja por adelantado. A cambio, cada cliente recibe una dotación semanal de productos frescos. Los productos se entregan a domicilio, en un lugar previamente asignado para dejar la mercancía o los propios clientes lo recojen en la granja. Solamente un agricultor con experiencia que entienda bien los tiempos de producción debe usar este tipo de mercadeo. Teóricamente, el “accionista” y el agricultor comparten el mismo riesgo de producción durante la temporada. Sin embargo, el agricultor debe proporcionar producto constantemente si desea retener clientes para la siguiente temporada. En el 2005, aproximadamente 80 granjas en Washington usaron el programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad como parte de su plan general de mercadeo.

El usar el programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad en el mercadeo ayuda a las granjas a crecer una gran diversidad de cultivos en vez de depender de un solo cultivo. Esto permite más flexibilidad en la rotación de cultivos para el manejo de plagas y fertilidad, así como compensar la pérdida de un cultivo. El mercadeo de Agricultura Apoyada por la Comunidad también puede ser exitoso con flores, productos de animales y ocasionalmente cultivos individuales. Estos cultivos son proporcionados por granjas para mejorar el programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad de otra granja. Algunas granjas forman programas colectivos de Agricultura Apoyada por la Comunidad en las cuales el grupo combina sus productos y los divide para sus clientes. Estos programas permiten una gran variedad de productos para los clientes sin requerir que una sola granja produzca todo. Esto también permite mayor cantidad de clientes de la que una sola granja podría tener.

Los programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad son una de las maneras más directas de comercializar sus productos al consumidor. Es común que el “accionista” se refiera al programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad al que pertenece como “su granja”. Es muy importante mantener buenas comunicaciones con los clientes. Es importante comunicar claramente al accionista la variación estacional de los cultivos. El saber que no recibirán tomates en junio o que los envíos al comienzo de la primavera serán menos diversos que los del otoño evitará desilusiones que podrían resultar en la pérdida de participación en el programa. Los boletines de información que mantienen al día las actividades de la granja, algunas descripciones y recetas de cultivos poco comunes y otra información agrícola son de mucha ayuda no solo para comunicarse con los clientes, sino también para incrementar la conciencia del consumidor sobre la producción agrícola. Muchas granjas que participan en este programa ofrecen visitas guiadas de la granja, fiestas de trabajo, y otras actividades para involucrar a sus accionistas.

Los siguientes temas están relacionados con el programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad.

Agricultura Apoyada por la Comunidad—Lácteos **(“Cow-shares”)**

El vender leche sin pasteurizar o pasteurizada directamente al consumidor a través del programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad es una gran forma de incrementar lo que ofrece el programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad. Las granjas deben tener una Licencia de Productor de Leche del Departamento de Agricultura del Estado de Washington y una Licencia de

Planta Procesadora de Leche para poder vender leche. Estos programas no deben usarse como una forma de evitar llenar los requisitos estatales para productores de leche y procesadores de leche, incluyendo obtener una licencia. Vea la sección de *Leche y Productos Lácteos* para más información.

Aseguranza

Si los clientes estarán viniendo a recoger sus productos a la granja, haga intercambios de trabajo o asista a días de trabajo en la granja. Si tiene aprendices en la granja, asegúrese de tener aseguranza adecuada en caso de cualquier percance. Vea la sección de *Aseguranza* para más información.

Productos de la Granja

Vea la sección de *Cómo vender Productos Específicos* para más información y reglas.

Cupones de Alimentos y SFMNP

Su programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad puede calificar para recibir cupones de alimentos o beneficios del Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Ancianos, pero ciertas reglas pueden limitar la participación. Vea la sección de *Información General* para más información.

Vea la sección de *Cómo Hacer Negocios en el Estado de Washington* para más información sobre licencias, impuestos y preguntas de trabajo. Vea el *Apéndice (Recursos para Mercadeo Directo)* para más información sobre cómo operar un programa de Agricultura Apoyada por la Comunidad.

Directo a Restaurantes y Tiendas de Menudeo

Las investigaciones han demostrado que los consumidores de hoy gastarán 45% de su dinero dedicado para alimentos comiendo fuera del hogar. Los restaurantes que buscan ser diferentes en un negocio tan competitivo están aprovechando este interés incrementado del consumidor en alimentos locales y orgánicos. Las ventas a tiendas de menudeo y restaurantes se llevan a cabo a través de distribuidores mayoristas; sin embargo, un agricultor organizado con una provisión constante de productos frescos de temporada puede formar relaciones de trabajo directas con estos clientes.

A las tiendas de abarrotes y restaurantes les interesa la provisión consistente y los estándares estrictos de calidad. Antes de comercializar su producto, asegúrese de saber cómo debe empacar los productos para la venta (por ejemplo, debe empacar 24 lechugas por caja). El Departamento de Agricultura de Estados Unidos ha publicado una lista de estándares de calidad y embalaje titulada “*Quality Standards -- Fresh Fruits and Vegetables.*” Vea los Sitios Web en la sección de *Recursos*.

Algunas cuestiones recientes de seguridad alimenticia han obligado a que algunas tiendas de abarrotes requieran inspecciones por terceros o “auditorías de seguridad alimenticia” de los productores. Aunque estas auditorías son costosas y muchos pequeños agricultores no las pueden pagar, la Administración de Drogas y Alimentos (FDA por sus siglas en inglés) ha proporcionado una serie de guías llamada Buenas Prácticas Agrícolas (*Good Agricultural Practices*” [GAPs, por sus siglas en inglés]), la cual explica cómo evitar la contaminación de productos frescos. Esté listo para asegurarle al comprador a través de un plan documentado que usted está siguiendo estas guías. Las guías GAP están disponibles en línea en: <http://vm.cfsan.fda.gov/~dms/prodguid.html> o vea la guía de Cornell para GAPs en la sección de *Recursos: Food Safety Begins on the Farm: A Grower's Guide*.

Cuando busque cuentas con restaurantes y tiendas de abarrotes, comience con negocios independientes que dicen que la comida que preparan o venden es orgánica o crecida a nivel local. Los restaurantes baratos o franquicias están acostumbrados a productos y precios de mayoreo y tal vez no podrán darle un precio competitivo. Sin embargo, no sienta que este mercado es muy limitado. Recientemente, grandes cadenas de restaurantes en el noroeste han comprado alimentos locales, ilustrando el potencial de crecimiento de este mercado.

Los chefs creativos que buscan nuevas adquisiciones a sus menús normalmente aprecian las variedades no comunes o productos ‘gourmet’. A menudo la relación entre agricultor y chef comienza en los mercados de granjeros, donde el chef compra productos frescos para el restaurante. Si el agricultor desea iniciar la relación comercial, es importante hacer una cita con el chef ejecutivo o el gerente del restaurante. Nunca llame o visite el restaurante durante la hora de comida porque los chefs estarán muy ocupados para atenderlo.

Sea generoso y deje muestras para que el chef las pruebe. Traiga tarjetas profesionales al igual que cajas llenas o algunos ejemplos de unidades de compra. Si al chef le gusta lo que ve, tal vez quiera comprar allí mismo, así que venga preparado con un libro de recibos y suficiente producto. Este preparado para hacer facturas para recibir los pagos, ya que es poco probable que reciba efectivo en la entrega. Puede ser que le pidan pruebas de su cobertura de seguros y la certificación orgánica si vende productos orgánicos. Siempre tenga una idea clara del precio que quiere por sus productos, exactamente cuando podría entregarlos y por cuanto tiempo podría proveer el producto. A menudo los chefs pueden usar las “segundas”, así que podría ofrecer esto como una opción menos cara si el precio es un obstáculo.

Una vez que establezca una relación comercial con el chef, manténgala al entregar a tiempo con la cantidad y calidad prometida. Cualquier detalle por más pequeño cuenta. Por ejemplo, comparta consejos de cocina para productos no comunes, proporcione información sobre su granja, y regale muestras de los productos que tendrá disponibles en mayor cantidad la siguiente semana. A medida que crezca su relación comercial, considere planear de antemano para determinar que productos y que cantidades le quiere comprar.

Las tiendas de abarrotes, especialmente las cooperativas de alimentos y tiendas independientes o mercados alternativos están normalmente dispuestos a comprarle directamente al agricultor. Los encargados de estas tiendas revenderán el producto, así que están interesados en tener el producto más atractivo y fresco que puedan encontrar. Por esta razón, los agricultores locales tienen la ventaja a causa de menor tiempo distribuyendo el producto y en la carretera. Los vendedores también están interesados en tener una provisión consistente con el tiempo, lo cual puede ser un obstáculo para el pequeño agricultor. No deje que esto lo desanime a acercarse a los encargados de tiendas de abarrotes, ya que cada comprador de cada tienda tiene diferentes prioridades. Lleve cajas o unidades de compra llenas al comprador y esté preparado para vender al instante. Tenga una idea clara de cuando puede entregar el producto y por cuánto tiempo. A los encargados de tiendas de abarrotes no les atraen los productos no comunes, ya que tal vez no se venderán rápidamente.

Nota: Las ventas a restaurantes y tiendas de abarrotes se consideran ventas “directas al minorista” porque estos clientes “revenden” los productos que las granjas les venden. Los reglamentos son diferentes para ventas “directas al minorista”, para mercados de granjeros, ventas en la granja y ventas en puestos al borde de la carretera. Recuerde esto cuando revise la sección *Ventas de Productos Específicos*.

De la Granja a la Cafetería (*Farm-to-Cafetería*)

La venta de productos a cafeterías institucionales, tales como escuelas, sitios que alimentan a congregaciones de ancianos, hospitales e instituciones correccionales, puede ser un buen mercado para las granjas. La concienciación pública de tasas de obesidad de niños y adultos ha traído atención a soluciones ambientales, tales como introducir alimentos más saludables a las cafeterías de las escuelas y de los trabajos. Las granjas locales tienen la ventaja de proporcionar alimentos frescos y sabrosos, lo cual se ha probado que ha incrementado el consumo de frutas y verduras frescas. Las escuelas que tienen el programa “De la Granja a la Cafetería” normalmente incluyen educación de agricultura y nutrición a su currículo o actividades escolares, tales como cultivar un huerto escolar.

Aunque muchas granjas pequeñas venden a cafeterías institucionales, este también es un buen mercado para granjas medianas que tienen experiencia en la producción para el mercado mayorista. Los precios son más bajos y las granjas que están acostumbradas a recibir precios más altos en mercados de granjeros hallarán que tal vez el vender a instituciones no les es favorable. Sin embargo, las granjas que venden o han vendido a mercados mayoristas hallarán las ventas institucionales provechosas. El vender a instituciones ofrece la oportunidad de vender grandes cantidades a pocos clientes, reduciendo costos de transporte y trabajo.

Al iniciar una venta con una institución, las granjas deben contactar al Director o Gerente de Servicios de Alimentos (Food Services). Existen dos tipos de estructuras para servicios de alimentos. Los servicios de alimentos operados por la institución misma pueden tener más flexibilidad en cuanto a su política de compras. Los servicios de alimentos privados son operados por grandes compañías como Sodexo, Aramark, Chartwells, quienes proveen servicio contratado de alimentos para la institución. Estas compañías de servicio de alimentos normalmente están ligadas a contratos nacionales de compra y no tienen la flexibilidad necesaria para comprar productos de granjas locales.

Las instituciones requieren que los vendedores tengan pólizas de seguro de responsabilidad. Las instituciones estatales (incluyendo hospitales estatales, prisiones y colegios) requieren que los vendedores tengan una póliza general de responsabilidad de al menos \$1 millón por incidente y \$2 millones en total. Algunas compañías de servicios de alimentos privadas requieren pólizas de seguros de hasta \$5 millones.

Como con restaurantes y tiendas de abarrotes, tenga una actitud profesional al abordar esta estrategia con un buen conocimiento de lo que tiene para vender, cuánto tiene, por cuánto tiempo lo tendrá y cuál será el costo. Existen muchos aspectos del mercado institucional de los cuales las granjas deben estar conscientes, como la política privada y estatal que gobierna la adquisición. Un buen recurso para saber más sobre este mercado es *Farm-to-Cafetería Connections*, publicado por el Departamento de Agricultura del Estado de Washington (vea la sección de *Recursos*)

Mercadeo vía Internet y Pedidos por Correo

El mercadeo vía pedidos por correo a través de catálogos y/o por el Internet es una buena forma de alcanzar a un extenso público. Algunas investigaciones llevadas a cabo por el Departamento de Agricultura en el 2001 sobre el uso del Internet para comercializar productos agrícolas mostraron que el rendimiento en ventas fue mayor que los costos de inversión para desarrollar una página Web. Sin embargo, no debe apoyarse solamente en mercadear a través de una página Web.

Las páginas Web son buenas para proporcionar información sobre su granja y para facilitar las ventas una vez que los clientes conozcan sus productos. El mercadeo vía pedidos por correo es una buena opción para productos que tienen larga vida útil y que son fácilmente empaquetados para envíos. Sin embargo, se pueden vender plantas vivas, flores frescas, carnes y productos frescos.

Este método de mercadeo requiere prestar atención a las áreas de organización eficaz, mantenimiento de una base de datos de clientes y destinatarios de catálogos, al igual que de recibir, archivar, empaquetar y mandar los pedidos. Las ventas a través de un catálogo establecido o por una compañía de Internet le pueden ahorrar tiempo en organización y esfuerzo, mas el precio que recibe por el producto será menor y puede ser que su nombre no acompañe el producto.

Si usted vende su producto a través de una página Web o un catálogo, la Comisión Federal de Comercio (*Federal Trade Comisión*) creó una regla que aplica a la mercancía que el cliente encarga al vendedor por teléfono, directamente o indirectamente (por ejemplo fax o Internet), o por correo, a pesar de cómo se anunció la mercancía, de cómo pague el cliente o de quién inició el contacto. Mejor conocida como la “Regla de 30 Días” (“*30-day Rule*”), esta requiere que cuando anuncie algo, usted pueda tener una “base razonable” para afirmar o insinuar que puede enviar el pedido dentro de cierto tiempo. Si no hace ninguna declaración de envío, usted debe tener una base razonable para creer que puede enviar el pedido dentro de 30 días. *Esta regla no aplica a los pedidos de semillas, plantas en crecimiento, o ventas de suscripción (como Agricultura Apoyada por la Comunidad) una vez que el envío inicial se haya hecho conforme a la regla.*

Los siguientes pasos son importantes para establecer una “base razonable”:

- Anticipe la demanda. ¿Está razonablemente anticipada la demanda para cada artículo anunciado?
- Suficientes provisiones. ¿Existe suficiente inventario para satisfacer la demanda anticipada?
- Sistema de surtido de pedidos. ¿Puede surtir todos los pedidos acumulados? Recuerde anticipar una mayor demanda durante la temporada navideña.
- Documentación. Este es el paso más importante para mantener un buen negocio de pedidos por correo y para cumplir con la Regla de 30 Días. Se deben mantener los registros de cada transacción por 5 años.

Contacte: Federal Trade Commission
CRC-240
Washington, D.C. 20580
202-326-2222
<http://www.ftc.gov>

Venta de Productos Específicos

Huevos

Mercados de granjeros y Ventas Directas a Mayoristas

Los agricultores que venden huevos (de gallina, ganso, pavo, pato, gallina de guinea o cualquier especie de ave de corral) en mercados de granjeros o por Internet y ventas directas a mayoristas (restaurantes, tiendas de abarrotes e instituciones) deben acatar los requisitos del Capítulo 69.25 RCW y estar autorizados a través del Departamento de Licenciamiento del Estado de Washington (WSDOL por sus siglas en inglés) como vendedores o distribuidores de huevos. Los distritos locales de salubridad tienen jurisdicción sobre los mercados de granjeros en sus áreas y pueden llevar a cabo inspecciones de los mercados para asegurar cumplimiento de las reglas y reglamentos locales. Las ventas directas a mayoristas también requieren la obtención de sellos de huevos del Departamento de Agricultura del Estado de Washington, tal como lo especifica la norma de la agencia al respecto (Capítulo 16.108 WAC).

Los huevos serán sometidos a inspección por el Programa de Seguridad en los Alimentos del Departamento de Agricultura del Estado de Washington para el cumplimiento de estándares de grado de calidad, condiciones sanitarias de las instalaciones y etiquetaje veraz. Los grados de calidad de los huevos son AA, A y B. Los grados de tamaño son jumbo, extra grande, grande, mediano, pequeño y “peje” (extra pequeño). Estas denominaciones de calidad y peso son requeridas para vender huevos legalmente fuera de la granja. Es ilegal vender huevos no comestibles, manchados de sangre o que estén sucios. Antes de la entrega, durante envío al nivel minorista y mientras esté expuesto al nivel minorista (mercados de granjeros y tiendas de abarrotes), los huevos deben permanecer en equipos de refrigeración a una temperatura ambiental de 7° C (45° F) o menos. Los huevos deben estar en refrigeradores con refrigeración mecánica, hielo o paquetes comerciales de gel congelados, asegurándose que estos paquetes (o el hielo) no esté en contacto directo con los huevos. Puede usar una docena de huevos como muestra, mas no la puede vender.

Ventas en la Granja y Programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad

Los productores avícolas o de huevos pueden vender huevos de sus propios rebaños directamente al consumidor final desde el lugar de producción sin tener que adquirir una Licencia de Vendedor o Distribuidor de Huevos o sellos de huevos del Departamento de Agricultura del Departamento del Estado de Washington. Los huevos son una comida perecedera que debe mantenerse en equipo de refrigeración a una temperatura ambiental de 7° C (45° F) o menos y deben mantenerse bajo condiciones sanitarias para asegurar la seguridad del consumidor.

Envases y Etiquetado

La mayoría de los huevos en sus cáscaras se venden en carteras de de huevos hechas de fibra o espuma. Sin embargo, los huevos en sus cáscaras pueden venderse en cualquier tipo de envase, siempre y cuando los huevos estén

protegidos de cualquier daño y/o adulteración (como el contacto con huevos dañados o que estén goteando o con alguna sustancia venenosa o dañina para la salud),

La ley federal requiere que los envases utilizados para vender huevos estén etiquetados con la siguiente información:

- Identificación del producto, nombre y lugar del negocio del productor, empacadora, o distribuidor (Ejemplo en inglés-- *EGGS, Sunny Farms, 1234 Eggshell Road, Overeasville, WA*);
- La cantidad, peso y grado de los huevos (Ejemplo en inglés-- *One Dozen Large A Grade*);
- Instrucciones para Manejo Seguro. (Ejemplo en inglés-- *To prevent illness from bacteria: keep eggs refrigerated, cook eggs until yolks are firm, and cook foods containing eggs thoroughly.*

Los huevos vendidos al por mayor también deben tener la información descrita anteriormente colocada en el refrigerador donde se mantienen los huevos. Es ilegal el empacar huevos en envases con el nombre o número de identificación de otra compañía. Las carteras de huevos pueden obtenerse por medio de fabricantes de cartón, en algunas tiendas de comida para animales, cooperativas agrícolas o a través de catálogos de provisiones para granjas, etc.

Licencias y Cuotas Misceláneas

Los vendedores o distribuidores de huevos deben obtener lo siguiente si van a vender en un mercado de granjeros o directamente al minorista o al mayorista:

- Licencia Maestra del Departamento de Licenciamiento del Estado de Washington: \$15.00
- Licencia de Vendedores/Distribuidores de Huevos del Departamento de Licenciamiento del Estado de Washington: \$30.00 Debe renovarse anualmente.
- Para ventas directas al minorista: Sellos de Huevos - \$2.68 por 1,000 docenas del Departamento de Agricultura del Estado de Washington. El formulario para pedir estos sellos se encuentra en el sitio Web del Departamento de Agricultura del Estado de Washington, la cual se encuentra a continuación.

Contacte: Washington State Department of Licensing
Master License Service (MLS)
P.O. Box 9034, Olympia, WA 98507-9034
(360) 664-1400

Para más información sobre cómo obtener una Licencia Maestra, entre al sitio Web del MLS: <http://www.wa.gov/dol/>

WSDA
Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/Eggs>

Pescado y Marisco

Tanto agencias estatales como locales tienen jurisdicción sobre la venta de pescado directamente al consumidor. Aparte de los siguientes requisitos estatales, los negocios que venden pescado y marisco deben ser inspeccionados y obtener una licencia y permisos de manipulación de alimentos del Departamento de Salud local del condado. Para información más específica, póngase en contacto con su departamento de salud del condado (vea la *Apéndice*).

Plan de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control *(Hazard Analysis Critical Control Point Plan [HACCP])*

Los riesgos de inocuidad alimentaria pueden introducirse al manipular pescado y marisco fresco y crudo o al procesar estos productos. Las leyes estatales y federales requieren que todas las personas que manipulan o procesan tales productos evalúen sus operaciones para identificar cualquier riesgo de inocuidad alimentaria que no haya sido mencionado en los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (*Standard Sanitation Operating Procedures*). Si después de llevar a cabo un análisis de riesgos, todavía hay uno o más riesgos de inocuidad alimentaria, se requiere desarrollar e implementar un plan de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control para las especies y procesos específicos de su operación.

Para más información sobre los requisitos de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control, contacte a:

- **Pescado fresco y crudo, pescado procesado y producto de marisco**
WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/FoodProcessors/HACCP>
- **Marisco molusco fresco**
Washington State Department of Health
Food Safety & Shellfish Program
360-236-3313
<http://www.doh.wa.gov/ehp/sf/default.htm>

Pescado crudo fresco

Cualquier persona que desee comprar y/o vender pescado requiere una Licencia de Distribuidor de Pescado al Por Mayor (*Wholesale Fish Dealer's License*) del Departamento de Pesca y Vida Silvestre de Washington (WDFW, por sus siglas en inglés), incluyendo los siguientes:

- Los pescadores que desembarcan y venden su producto directamente al consumidor o cualquier persona aparte de los comerciantes mayoristas autorizados dentro o fuera del estado (a continuación se detallan algunas excepciones)
- Los negocios en el estado que se dedican a comprar o vender al mayoreo o a los agentes intermediarios mayoristas de pescado o marisco.
- Los negocios que emplean compradores de pescado.

Las excepciones para este requisito son: (a) los pescadores autorizados por la WDFW con un permiso de venta directa al por menor que venden salmón, cangrejo y esturión; (b) un indígena reconocido por el tratado que vende pescado y marisco capturado por esa persona en una pesquería reconocida por el tratado, y (c) los vendedores minoristas quienes han comprado pescado de un comerciante mayorista autorizado y quienes venderán estrictamente al por menor.

No les es requerido a los pescadores comerciales con un permiso de venta al por menor que venden salmón, cangrejo y esturión obtener una licencia del Departamento de Salud local del condado, mas están sujetos a inspección del Departamento de Salud. Para más información sobre cómo obtener un permiso de venta al por menor contacte al WDFW.

Compradores de Pescado: Se requiere una Licencia de Comprador de Pescado del WDFW para cada individuo que compra pescado o marisco de parte del comerciante autorizado mayorista de pescado.

- Los compradores de pescado que compren o vendan trucha cabeza de acero y otros peces anádromos pescados como deporte a indígenas reconocidos por el tratado deberán tener una Licencia de Comprador de Pescado Anádromo para Deporte (*Anadromous Game Fish Buyer's License*). El pescado deben comprarse de indígenas que posean tarjetas de identificación federales o tribal válidas de pesca durante la temporada legal de pesca.

Cuotas:

Licencia de Distribuidor de Pescado al Por Mayor	\$250
Licencia de Comprador de Pescado	\$ 95
Licencia de Comprador de Pescado Anádromo para Deporte	\$180

Contacte: Washington State Department of Fish and Wildlife
División de Licencias
(360) 902-2464

Venta de pescado fresco y crudo

Cualquier pescado o marisco que se pondrá en exposición en hielo deberá tener hielo fresco de agua potable.

Marisco fresco y crudo

Se requiere que los pescadores y/o productores de marisco que cosechan o venden marisco molusco (almeja, ostión, mejillón, y/o vieira) para consumo humano, obtengan lo siguiente:

- (1) Licencia Maestra del Estado de Washington (vea la sección de *Licencias*),
- (2) Licencia del Departamento de Salud del Estado de Washington y
- (3) Registro de Acuicultores del Departamento de Pesca y Vida Silvestre del Estado de Washington.

Contacte al WSDOH y al WDFW para más información y para solicitar estos documentos. Las tres licencias están disponibles. Las cuotas dependen del nivel de complejidad de las instalaciones procesadoras. Se requiere un permiso de traslado o un permiso de importación si trasladará marisco de una masa de agua a otra o importará marisco de fuera con la intención de colocarlos en aguas de Washington o estar en contacto con tales.

Venta de marisco fresco y crudo

Los pescadores o productores de marisco que deseen vender marisco en mercados de granjeros deberán obtener una *Licencia de Establecimiento Minorista de Alimento (Retail Food Establishment License)* del departamento local de salud del condado (vea la sección del *Apéndice*)

Si el marisco está procesado, (por ejemplo—sin concha, ahumados, cocidos, cortados, congelados) se requiere una Licencia para Procesador de Alimentos del Departamento de Agricultura del Estado de Washington. Vea la sección de *Alimentos Procesados*.

Cualquier pescado o marisco que se pondrá en exposición en hielo deberá tener hielo fresco de agua potable.

Contacte: Washington State Department of Health
Food Safety & Shellfish Program
111 Israel Rd SE
PO Box 47824
Olympia, WA 98504-7824
(360) 236-3330
<http://www.doh.wa.gov/ehp/sf/default.htm>

Washington State Department of Fish and Wildlife
División de Licencias
(360) 902-2464

Productos de pescado procesado

Si usted corta, limpia, ahúma, cuece o prepara el pescado de alguna otra manera para la venta, usted es considerado un procesador de pescado y requerirá obtener una Licencia para Procesador de Alimentos del Departamento de Agricultura del Estado de Washington (vea la sección de *Alimentos Procesados*). Se requiere también una *Licencia de Distribuidor de Pescado al Por Mayor* para procesadores comerciales de pescado (vea la sección anterior de *Pescado crudo fresco*).

Contacte: WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/FoodProcessors>

Granjas Acuáticas Una granja acuática es “cualquier instalación o extensión de terreno usada para el cultivo privado comercial de productos acuáticos.” Esto incluye el cultivo comercial de salmón, trucha, ostiones, almejas y plantas acuáticas, al igual que estanques de truchas, cultivadores de pescado ornamental, viveros de pescado y marisco, etc. Cualquier persona que cultive productos acuáticos para venta eventual, deben registrar la granja acuática con el Departamento de Pesca y Vida Silvestre del Estado de Washington. Se excluyen los casos donde se capturan temporalmente peces silvestres o marisco, previo a su venta. Antes de que se otorgue la tarjeta de Registro de Acuicultores, debe presentar el número de certificación de la playa utilizada para la cosecha comercial de marisco bivalvo. No hay cuota para procesar este registro.

Contacte: Washington State Department of Fish and Wildlife
División de Licencias
(360) 902-2464

Frutas y Vegetales Frescos

Los agricultores del estado de Washington que venden directamente al consumidor final, restaurantes o tiendas de abarrotes, pueden vender la mayoría de los productos frescos sin inspección o licencias. Sin embargo, ciertos productos específicos requieren inspección y licencias para la venta en el estado de Washington.

Estándares de Grado de Calidad y Empaquetado

Las frutas y vegetales son inspeccionadas para asegurar la uniformidad y cumplimiento con los estándares de grado de calidad y empaquetado, los cuales son determinados por el gobierno federal o estatal para cada producto. Los estándares de grado de calidad incluyen la madurez, libre de deterioro o descomposición, forma, tamaño, color y libre de plata o lesión mecánica. Los estándares del empaquetado incluyen tamaño, dimensión y etiquetado de los envases utilizados. Contacte a la Oficina de Inspección de Frutas y Vegetales (*WSDA Fruit and Vegetable Field Inspection Office*) para localizar oficinas regionales o para más información sobre la inspección. Las cuotas para la inspección varían por producto.

Requisitos para la Inspección de Frutas y Vegetales

Para asegurar la calidad, se requiere inspeccionar ciertas frutas y vegetales frescos vendidos en el estado de Washington (Capítulo 16-461 WAC). Los siguientes productos frescos deben inspeccionarse por el Departamento de Agricultura del Estado de Washington salvo que se encuentren exentos de la inspección (detalles más adelante): chabacano, ciruela pasa italianas, durazno, cerezas, manzanas, peras, papas y espárragos. Los productos exentos deben satisfacer los estándares de grado de calidad.

Los agricultores que vendan cualquier cantidad de estos productos para su reventa (por ejemplo directamente a tiendas de abarrotes) **deben** tener su producto inspeccionado. Los agricultores que vendan estos productos directamente a restaurantes y servicios institucionales de alimentos pueden o no requerir inspección.

Excepciones

Los productos vendidos directamente al consumidor final están exentos de la inspección si satisfacen los siguientes criterios:

Mercados de granjeros y Puestos de Productos Frescos:

Los productores pueden vender hasta 2,000 libras por día de cada producto o 6,000 libras por día de una combinación de peras, duraznos, manzanas, chabacanos, papas, espárragos y ciruelas pasas italianas sin inspección. **Nota:** Las cerezas no están incluidas en esta excepción.

Esta excepción se aplica a los mercados de granjeros dentro del estado o a puestos de fruta y vegetales frescos dentro de la misma área de producción.

Las zonas de producción son las siguientes:

- Zona 1: Todos los condados al oeste de la Sierra Cascade (*Cascade Mountain Range*);
- Zona 2: Todos los condados al este de la Sierra Cascade y el Condado de Skamania (Adams, Asotin, Benton, Chelan, Columbia, Douglas,

Ferry, Franklin, Garfield, Grant, Kittitas, Klickitat, Lincoln, Okanogan, Pend Oreille, Skamania, Spokane, Stevens, Walla Walla, Whitman, y Yakima).

Por ejemplo: Las manzanas cultivadas en el Condado de Grant se pueden vender en un puesto de fruta en cualquier condado del este del estado de Washington o en un mercado de granjeros en cualquier parte del estado sin requerir inspección.

Límites para los Consumidores:

Se ponen límites para las cantidades totales a venderse a cada consumidor para productos específicos. Por ejemplo, un agricultor puede vender 500 libras de manzanas por día a un consumidor. A continuación se presentan estos límites (por consumidor, por día):

- Peras, duraznos, manzanas, chabacanos y papas: 500 libras
- Espárragos: 250 libras
- Ciruelas pasas italianas: 350 libras
- Cerezas dulces: 100 libras

Los envases de chabacanos, ciruelas pasas italianas y cerezas dulces vendidos a los consumidores deben contener la frase “*not for resale*” (no para reventa).

La inspección es disponible para otros cultivos de frutas y vegetales para asegurar la calidad, mas no es obligatorio.

Muestreo

Las granjas que ofrezcan muestras individuales de frutas y verduras rebanadas deben seguir las siguientes guías determinadas por el departamento local de salud del condado. Las granjas deben seguir las guías de seguridad alimentaria, mas es posible que no se les requiera obtener una *Licencia para Establecimiento Minorista de Alimento* del departamento de salud del condado. Para más información, contacte al departamento local de salud del condado (Vea el *Apéndice* para ver un listado de Departamentos de Salud).

Buenas Prácticas Agrícolas

Las frutas y vegetales no procesados pueden estar en riesgo de contaminación microbiológica durante su producción y cosecha. El USDA, FDA y CDC desarrollaron las “Buenas Prácticas Agrícolas (GAP, por sus siglas en inglés) Estas guías son el estándar para los procedimientos seguros de cosecha y manejo. Los agricultores pueden aprender más sobre las GAP en:

- La publicación del FDA titulada “*Good Agricultural Practices*”, disponible en el siguiente sitio Web:
<http://vm.cfsan.fda.gov/~dms/prodguid.html>
- La publicación de la *Cornell University* titulada “*Food Safety Begins on the Farm: A Grower’s Guide*” (vea la sección de *Recursos para Mercadeo Directo* en el *Apéndice*).

Contacte: WSDA Fruit and Vegetable Inspection
(360) 902-1833 (Olympia)
(509)-225-2642 (Eastern Washington)

Mezclas para Ensalada Fresca

A los agricultores que venden verduras frescas para ensalada **NO les es requerido** tener una Licencia de Procesamiento de Alimentos del Departamento de Agricultura del Estado de Washington mientras las verduras para ensalada se comercialicen y vendan de las siguientes maneras:

- **Lave Antes de Comer:** Las verduras para ensalada enteras, sin cortar y empaquetadas que se envasan en paquetes con etiquetado indicando claramente que el producto debe lavarse antes de consumirse.
- **Hoja y Planta Entera:** Las verduras para ensalada con la planta u hoja entera cosechadas a nivel del suelo sin después cortar, picar o mezclar.
- **Semillas Mixtas:** Una mezcla de verduras para ensalada, crecidas y cosechadas juntas. Se obtienen al mezclar las semillas antes de plantarlas. Estas no son presentadas como “listas para comer”.

A los agricultores que venden mezclas de verduras frescas para ensalada **se les requiere** tener una Licencia de Procesamiento de Alimentos del Departamento de Agricultura del Estado de Washington, mientras las mezclas se manejen de cualquiera de las siguientes maneras:

- **Mezclar:** Las verduras para ensalada crecidas separadas pero mezcladas por el productor y puestas en venta.
- **Cortar:** Verduras para ensalada cortadas o picadas y puestas en venta.
- **Listo para Comer:** Mezclas de ensalada empaquetadas y comercializadas o presentadas como “listas para comer”. Por ejemplo: Las mezclas de ensalada empaquetadas en una bolsa cerrada para la venta se consideran “listas para comer”, a menos que se indique “Lave Antes de Comer”.

Para información sobre licencias, vea la sección de *Alimentos Procesados*.

Contacte: Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/FoodProcessors>

Productos Herbarios

Los productos herbarios se dividen en dos categorías: **suplementos dietéticos** y **cosméticos**. Los suplementos dietéticos son productos ingeridos, tales como hierbas secas, tes, tinturas, cápsulas y tabletas. Estos deben satisfacer los requisitos reguladores para alimentos procesados (vea la sección de Alimentos Procesados) al igual que los siguientes requisitos. Los cosméticos incluyen cremas, ungüentos y otros productos. La Administración de Drogas y Alimentos (FDA, por sus siglas en inglés) y la Ley de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos del Estado de Washington (*Washington State Food, Drug, and Cosmetic Act Chapter 69.04 RCW*) resumen las normas que rigen la venta de suplementos dietéticos y cosméticos.

Suplementos Dietéticos

La FDA define suplementos dietéticos como un producto (aparte del tabaco) que es:

- Previsto para suplementar la dieta que porta o contiene uno o más de los siguientes ingredientes dietéticos: vitamina, mineral, hierba u otro botánico, aminoácido, sustancia dietética usada por humanos para suplementar la dieta incrementando el consumo diario total, o un concentrado, metabolito, componente, extracto o combinación de estos ingredientes;
- Previsto para ingestión en forma de píldora, cápsula, tableta o forma líquida.

El fabricante es el responsable de asegurar que el suplemento es seguro antes de comercializarlo, como se requiere por la Ley Federal sobre Educación y Salud en los Suplementos Dietéticos de 1994 (*Dietary Supplement Health and Education Act*).

No se deben hacer alegaciones sobre el uso de suplementos para diagnosticar, prevenir, mitigar, tratar o curar una enfermedad específica. Por ejemplo, las declaraciones tales como “cura el cáncer” o “usado para tratar el artritis” no deben usarse. Sin embargo, las alegaciones de salud apropiadas autorizadas por el FDA tales como “el calcio reduce el riesgo de osteoporosis” pueden usarse si el suplemento califica para portar tal alegación. El fabricante también puede describir los efectos del suplemento en la estructura o función del cuerpo o el bienestar logrado al consumir el suplemento dietético.

Se requiere estar autorizado como Procesador de Alimentos por el Departamento de Agricultura del Estado de Washington para fabricar un suplemento dietético (vea la sección de *Alimentos Procesados*).

Aparte de los requisitos para la etiqueta para alimentos procesados (vea la sección de *Etiquetado de Alimentos Procesados*), los suplementos dietéticos deben identificarse como “suplementos dietéticos” en la etiqueta del producto.

Contacte: WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/FoodProcessors>

Cosméticos

Los cosméticos son “artículos para ser aplicados en el cuerpo humano para limpiar, embellecer, aumentar el atractivo físico o alterar la apariencia sin afectar la estructura del cuerpo o sus funciones”. Esto incluye cremas para la piel, lociones y champúes. Productos de jabón que consisten principalmente de una sal alcalina de un ácido graso, que en su etiqueta no hacen ninguna afirmación fuera de la de limpiar el cuerpo humano, no son considerados cosméticos.

Los cosméticos deben estar en conformidad con la Ley Federal de Drogas, Alimentos y Cosméticos, la Ley Justa de Empaquetado y Rotulación y las regulaciones publicadas por la FDA (21 CFR 700-740, 21 CFR 73, 74 y 82).

No se requiere que los productores registren los establecimientos de manufactura o las formulaciones con el FDA o hacer asequible datos sobre seguridad o cualquier otra información antes de comercializar su producto.

Los cosméticos no pueden contener afirmaciones de que el producto trata o previene una enfermedad o que afecta la estructura o función del cuerpo. Los productos que impliquen estas afirmaciones son considerados drogas y requieren la aprobación de la FDA como tales. Al igual que con suplementos dietéticos, los cosméticos deben seguir los requisitos federales de rotulación. Ciertos cosméticos (como champúes y detergentes para baño de espuma) también son requeridos llevar advertencias específicas en el rotulo.

Para más información sobre la manufactura y rotulación de cosméticos, favor de contactar al FDA.

Contacte Public Affairs Specialist
Food & Drug Administration
(425) 483-4953

Center for Food Safety and Applied Nutrition
Office of Cosmetics and Colors
U.S. Food and Drug Administration
5100 Paint Branch Parkway
College Park, MD 20740-3835
(301) 436-1143
<http://www.cfsan.fda.gov/%7edms/cos-toc.html>

Recursos:

FDA Cosmetic Handbook:
<http://www.cfsan.fda.gov/~dms/cos-hdb1.html>

Miel

Las personas que deseen vender miel directamente al consumidor deben cumplir con la ley estatal (capítulos 15.60 RCW, 69.28 RCW y WAC 16-602-025), la cual requiere que la miel este libre de contaminantes y rotulada con la siguiente información:

- (1) Identificación del Producto
- (2) Nombre y dirección del productor
- (3) Peso neto y grado de la miel

Los apicultores quienes extraen su propia miel y la venden en su forma pura no necesitan una Licencia para Procesador de Alimentos del Departamento de Agricultura del Estado de Washington, **a menos de que** la miel sea vendida por mayoreo o procesada de alguna forma (calentar, pasteurizar o agregar ingredientes o sabores). Para más información, contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del Departamento de Agricultura del Estado de Washington.

Todas las colmenas, sea para uso casero o comercial, deben registrarse con los Servicios de Laboratorio del Departamento de Agricultura del Estado de Washington. Las cuotas anuales de inscripción se basan en una escala móvil desde \$5.00 (1-5 colmenas) hasta \$300 (1,001 o más colmenas). La inscripción de colmenas proporciona documentación oficial que puede ser de mucho uso en el caso de pérdida de colonia por envenenamiento o desastre natural. Las cuotas se usan como lo determina el Consejo Asesor Apiario para patrocinar investigación colmenar. Aunque actualmente está inactivo, el consejo dirige las necesidades de patrocinar e investigación al Director del Departamento de Agricultura del Estado de Washington, como lo indica la ley estatal (capítulo 15.60.010 RCW). Para más información sobre el registro de colmenas o si está interesado en participar en las actividades del consejo asesor, contacte a los Servicios de Laboratorio del Departamento de Agricultura.

Contacte: WSDA Laboratory Services – Pest Program
(360) 902-2071

WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/FoodProcessors>

Carne

El WSDA y el USDA, dependiendo del tipo de venta, regulan el procesamiento de carne y ganado para la venta directa al consumidor. Para fines de esta sección, “ganado” se refiere a ganado vacuno, cerdos, ovejas y cabras (no incluye aves de corral-vea la sección de *Aves de Corral*).

Venta por Subasta en Vivo

Los productores venden su ganado en subastas en vivo para matanza o a otros ganaderos a gran escala para que los críen y procesen. Los animales deben estar libres de cualquier enfermedad antes de la venta y el ganado vacuno deberá examinarse y asegurarse que no padezca de Brucellosis antes de regresar a la granja. Los animales deben tener comprobante de propiedad o marca de identificación. Para más información sobre marcas de identificación o comprobantes de propiedad, contacte la oficina de Identificación de Ganado del WSDA.

Contacte: Identificación de Ganado del WSDA
(360) 902-1855

Procesamiento de Carne

Los productores pueden vender el ganado por peso vivo al consumidor final. Luego, el consumidor final contrata un matadero (unidad móvil o instalaciones fijas). A veces el productor puede negociar este contrato. El matadero debe estar autorizado por el Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA.

La carne cortada por el matadero es considerada “no inspeccionada” y no es para reventa. Solamente el dueño del animal la puede consumir.

El consumidor final puede elegir entre cortar y envolver su propia carne o contratar un matadero para tales servicios. Las instalaciones procesadoras de carne cortada por matadero deben estar autorizadas por el Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA. Para una lista de mataderos e instalaciones procesadoras autorizadas, contacte el Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA.

Nota: Las aves de corral no están incluidas en esta ley de carne cortada por matadero en el Estado de Washington. Vea la sección de *Aves de Corral* para encontrar las reglas específicas relacionadas con la venta de aves de corral en el Estado de Washington.

Contacte: Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA
(360) 902-1876
<http://www.agr.wa.gov/FoodAnimal/CustomMeats>

Venta de Carne Inspeccionada por el USDA

Los productores que deseen vender carne de ganado o productos animales (a diferencia de animales vivos) deben mandar matar y procesar tales animales en una instalación de inspección del USDA. Algunas instalaciones tienen requisitos para el número mínimo de cabezas de ganado o trabajan sólo bajo contrato y muchas procesan sólo carne de res. Para una lista de instalaciones del USDA que procesan carne y productos animales para productores

independientes, contacte al Programa de Granjas Pequeñas y Mercadeo Directo del WSDA.

Contacte:

Para más información sobre la Concesión de Inspección del USDA para instalaciones procesadoras:

USDA Food Safety Inspection Services

Boulder Office

665 South Broadway, Suite B

Boulder, CO 80303

Teléfono: (303) 497-5411

<http://www.fsis.usda.gov>

Centro de Servicio Técnico del USDA:

1-800-233-3935

Para una lista de instalaciones autorizadas por el USDA para productores independientes:

WSDA

Small Farm and Direct Marketing Program

(360) 902-1884

<http://www.agr.wa.gov/Marketing/SmallFarm>

Unidades Procesadores Móviles Autorizadas por el USDA

Las Unidades Procesadoras Móviles pueden usarse para procesar carne que será vendida por libra. El ganado es matado en la granja y luego llevado a instalaciones fijas para su corte final y empaquetado. Las Unidades Procesadoras Móviles pueden procesar en caso de que no haya instalaciones disponibles o inaccesibles a agricultores pequeños o sin contrato. Las Unidades Procesadoras Móviles deben tener una concesión de inspección del USDA para procesar carne que será vendida por libra. Para más información sobre cómo obtener una concesión de inspección del USDA, contacte al Servicio de Inspección y Seguridad Alimentaria del USDA (información proveída en el párrafo anterior).

Ejemplo: 1ª Unidad Procesadora Móvil de Ganado Autorizada por la USDA del Estado de Washington

La primer Unidad Procesadora Móvil en Washington es operada por *Island Grown Farmers Cooperative (IGFC)* en Bow, WA. Los fondos para desarrollar la unidad fueron proporcionados por la USDA, WSDA, subsidios privados y préstamos. El costo total del diseño, construcción y examinación de la unidad fue de \$150,000.

La unidad es utilizada actualmente por ganaderos en los condados de San Juan, Island, Skagit y Whatcom y sirve como modelo para otras comunidades a través de los Estados Unidos. Para más información sobre IGFC y la Unidad Procesadora Móvil contacte al IGFC.

Contacte: Island Grown Farmers Cooperative
13400 D'Arcy Rd
Bow, WA 98232
(360) 766-4273
igfc@rockisland.com

Animales de Caza y Exóticos

El procesamiento de conejo requiere una Licencia de Procesador de Alimento del WSDA (vea la sección de Alimentos Procesados).

La carne de animal exótico (por ejemplo, búfalo o animales de caza) puede venderse en el Estado de Washington cuando el animal es matado y procesado en una instalación procesadora de alimento autorizada por el WSDA (vea la sección de *Alimentos Procesados*). Para vender carne de animales exóticos fuera del Estado de Washington, los animales deben llevarse a una instalación procesadora que tenga una concesión de inspección del USDA para la especie exótica específica.

Los animales de caza de pueden procesarse a medida por un procesador de alimento autorizado por el WSDA. Las granjas de alce no están permitidas en el Estado de Washington.

El avestruz, emú o ñandú y palomas son considerados aves de corral (vea la sección de *Aves de Corral*).

Contacte: WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal>

Mercados de granjeros

Los productores en algunos condados pueden vender carne fresca o congelada inspeccionada por el USDA utilizando *refrigeración mecánica*, con el licenciamiento apropiado. Algunos departamentos de salud de condado permiten la venta de carne inspeccionada por el USDA utilizando *refrigeración no mecánica* en mercados de granjeros, con ciertos reglamentos específicos. Para más información sobre los reglamentos actuales en su condado, contacte el departamento local de salud (vea *Apéndice*).

Ejemplo: Refrigeración No Mecánica en King County

El Departamento de Salud Pública de Seattle y King County permite la venta de carne criada en la granja procesada, preempaquetada e inspeccionada, aves de corral, conejo y alimento acuático (MPRAF, por sus siglas en inglés) en mercados de granjeros, utilizando refrigeración no mecánica. Los reglamentos permiten la venta de carne de refrigeradores comerciales o congeladores. Un equipo de ganaderos, coordinadores de mercados de granjeros y representantes del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, el Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA, Washington State University y el Departamento de Salud Pública de Seattle y King County desarrollaron estos reglamentos.

Estos procedimientos pueden ser usados como ejemplo para otros condados y mercados de granjeros que están pensando en usar refrigeración no mecánica. Contacte al Departamento de Salud Pública de Seattle y King County para conseguir el documento completo de reglamentos.

Contacte: (Programa de Carne, Conejo, Aves de Corral y Alimento Acuático)
Meat, Rabbit, Poultry and Aquatic Food (MPRAF) Program
Public Health Seattle & King County
1404 Central Ave So. Suite 101
Kent, WA 98032
206-296-4708

Leche y Productos Lácteos

Las granjas que venden leche de vaca, cabra, oveja u otro mamífero en lactancia directamente al consumidor desde la granja, en mercados de granjeros, por Internet, a través de tiendas de abarrotes o a cualquier otro medio deben obtener una Licencia para Productor de Leche y una Licencia para Plantas Procesadoras de Leche del Departamento de Agricultura del Estado de Washington (WSDA, por sus siglas en inglés).

El Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA proporciona asistencia técnica individual para granjas lecheras y plantas procesadoras de leche para ayudarles a producir productos lácteos inocuos. La leche es un producto alimenticio potencialmente peligroso a causa de su habilidad de favorecer el crecimiento de patógenos. Es importante reducir el riesgo de contaminar involuntariamente su producto de leche. El Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA ayuda a reducir el riesgo al proveer asesoramiento sobre su granja y el diseño de la planta procesadora de leche, los materiales de construcción, equipo, procedimientos de calentamiento y refrigeración, fuente de agua, y técnicas de ciencias de alimentos para prevenir la contaminación cruzada de su granja a la planta procesadora de leche.

Las granjas autorizadas por el WSDA como Productores de Leche y Plantas Procesadoras de Leche pueden procesar leche pasteurizada de las reservas de leche cruda de granjas vecinas. Contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA para los requisitos de seguridad alimentaria para transportar leche de granjas vecinas a sus instalaciones procesadoras de leche.

Ventas de Leche Fluida

Leche Pasteurizada (Al por menor y al por mayor)

La leche pasteurizada procesada por una planta procesadora de leche autorizada por el WSDA puede venderse por cualquier canal de distribución de alimentos en el estado de Washington y en todo el país.

Leche Cruda al por Menor

La leche cruda producida por un productor de leche autorizado por el WSDA y embotellada en la planta procesadora de leche en esa granja autorizada puede venderse directamente al consumidor en la granja, en mercados de granjeros, por Internet o a través de tiendas de abarrotes en estado de Washington.

La leche cruda vendida en el Estado de Washington debe portar la siguiente información en el etiquetado como es requerido por ley estatal (RCW 69.04 y 16-101-990 WAC.)

- 1) Identificación del producto, incluyendo la palabra en inglés “RAW” (CRUDA) en letras claras.
- 2) Nombre y lugar del negocio del productor o empacador;
- 3) La cantidad, peso y grado de la leche;
- 4) La siguiente frase en inglés: “*WARNING: This product has not been pasteurized and may contain harmful bacteria. Pregnant women, children, the elderly and persons with lowered resistance to disease have the highest risk of harm from use of this product*”
(ADVERTENCIA: Este producto no ha sido pasteurizado y puede contener bacterias nocivas. Las mujeres embarazadas, los niños,

personas de edad avanzada y personas con sistemas de inmunidad débiles tienen mayor riesgo de contraer enfermedades al usar este producto).

Cuando se vende leche cruda, se debe poner un anuncio cerca del producto que declare la siguiente frase en inglés: “*Warning: Raw milk or foods prepared from raw milk may be contaminated with dangerous bacteria capable of causing severe illness. Contact you local health agency for advice or to report a suspected illness.*” (246-215-051 WAC) (ADVERTENCIA: La leche cruda o alimentos preparados con leche cruda pueden estar contaminados con bacteria nociva capaz de causar serias enfermedades. Contacte a su agencia local de salud para asesoramiento o para reportar si sospecha estar enfermo).

Leche Cruda al por Mayor

La leche cruda producida por un productor de leche autorizado por el WSDA puede venderse para su procesamiento a una planta procesadora de leche autorizada por el WSDA, a un procesador de alimentos o a un procesador de pienso para animales.

Contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA para hablar sobre los requisitos de licenciamiento antes de presentar su solicitud para la licencia.

Requisitos de Salud del Animal

Vender o entregar leche o productos de leche producidos por mamíferos enfermos es ilegal. Todos los animales para ordeñar deben satisfacer los requisitos de salud animal establecidos por el veterinario estatal en ley estatal (16.36 RCW). Los mamíferos que muestren mastitis crónica no pueden formar parte de la manada de ordeño.

La leche cruda con intención de consumirse en su estado crudo debe venir de animales que se analizaron y salieron negativos en los últimos 12 meses de brucelosis, tuberculosis y otras enfermedades designadas por el veterinario estatal. Los animales deben analizarse anualmente a partir de entonces para asegurar su salud. Cualquier adición a la manada debe analizarse y salir negativa de las enfermedades dentro de los 30 días previos a ser introducidos a la manada.

Queso, Mantequilla y Otros Productos Lácteos

Las granjas lecheras que deseen procesar productos de queso, mantequilla y otros productos lácteos deben obtener una Licencia para Productor de Leche y una Licencia para Plantas Procesadoras de Leche del WSDA.

El queso puede procesarse de leche cruda o pasteurizada. El queso hecho de leche cruda debe añejarse por al menos 60 días, a no menos de 35° F.

Otros productos lácteos con valor agregado (como leche de chocolate, suero de leche, rompopo, yogurt) sólo deben procesarse con leche pasteurizada.

Licenciamiento y Cuotas

- Licencia para Productor de Leche: Gratis
- Licencia para Plantas Procesadoras de Leche: \$55.00
- Contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA para asistencia técnica individual para su granja lechera o planta procesadora de leche
- El Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA puede ayudarle con:
 - Proceso de solicitud para licenciamiento
 - Diseño del local de ordeño, la sala de ordeño y las plantas procesadoras de leche
 - Aprobación del equipo antes de comprarlo
 - Evaluación de la fuente de agua y el posible contacto del sistema de agua potable con sustancias no potables
 - Técnicas de manejo y procesamiento de alimentos para producir productos inocuos de calidad para sus clientes.
- Los paquetes de solicitud están disponibles por medio del Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA, o en su sitio Web proporcionada a continuación.

Contacte: WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/Dairy>

Hongos

Los hongos silvestres o cultivados pueden venderse en mercados de granjeros, tiendas de abarrotes, restaurantes u otros establecimientos de ventas directas. Los reglamentos para la cosecha de hongos silvestres están listados en ley estatal de Washington (Capítulo 76.48 RCW). Para vender hongos procesados (por ejemplo secados, cortados o enlatados), se requiere una Licencia para Procesador de Alimentos del WSDA (vea la sección de *Alimentos Procesados*).

Cosecha de Hongos Silvestres

La cosecha comercial de hongos en tierra privada y pública en el Estado de Washington debe ser con la autorización y el permiso apropiados. Esto aplica a toda la tierra pública y privada en el estado, incluyendo tierra que posee el Departamento de Recursos Naturales del Estado de Washington (DNR, por sus siglas en inglés), el Servicio Forestal del USDA y terratenientes privados. Los hongos cosechados y vendidos en tierras de tribus indígenas americanas no requieren permisos, mas los que sean vendidos en tierras que no son de tribus deben cosecharse con un permiso. Los individuos que cosechen hongos silvestres deben obtener permiso por escrito de la agencia o terrateniente privado antes de cosechar.

Las personas que cosechen o transporten más de cinco galones de la misma especie específica de hongo deben también tener un *Permiso de Productos Forestales Especiales* confirmado. Los permisos se obtienen en la Oficina del Comisario de cada condado donde se cosechen los hongos, y caduca el 31 de diciembre de cada año. Los permisos deben mantenerse consigo mientras coseche o transporte los hongos.

Las agencias o terratenientes pueden requerir permisos adicionales para cosechar hongos en sus propiedades. **Por ejemplo:** Alguien que desee cosechar hongos en las tierras del Servicio Forestal del USDA también debe obtener un Permiso para Uso Comercial de la oficina del Distrito Forestal Nacional más cercano al sitio de cosecha. Las reglas y cuotas de los permisos varían entre cada Distrito Forestal Nacional.

Las personas que compran a los cosechadores y revenden los hongos silvestres no necesitan obtener permisos adicionales.

Contacte: Washington State Department of Natural Resources
Special Forest Products
1111 Washington St. SE
PO Box 47016
Olympia, WA 98504-7016
(360) 902-1774
www.dnr.wa.gov

Aves de Corral

El tipo de ave, número de aves procesadas (matadas) por año y establecimientos de venta determinan los requisitos de licenciamiento e inspección para vender aves de corral directamente al consumidor en el Estado de Washington. El procesamiento de aves de corral es regulado por el WSDA y el USDA.

1 a 19,999 aves pequeñas 1 a 4,999 pavos

Una granja o negocio procesador de aves de corral que mata de 1 a 19,999 aves pequeñas (por ejemplo gallinas, palomas, patos) o 1 a 4,999 pavos anualmente puede recibir la licencia de procesador de alimento del WSDA. Esto le permite a la granja vender sus aves pequeñas y pavos directamente en la granja, en mercados de granjeros, por Internet, a hoteles, restaurantes, instituciones de servicio de alimentos, tiendas de abarrotes, o a través de distribución de alimentos al por mayor dentro del Estado de Washington.

Contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA para asistencia técnica personalizada sobre el proceso de licenciamiento, el diseño de sus instalaciones procesadoras y materiales de construcción, equipo, procedimientos de refrigerio, fuente de agua y técnicas de ciencia alimenticia para prevenir contaminación de sus productos de aves de corral. Puede contactar al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA para hablar con su Agente de Inocuidad Alimentaria sobre los requisitos de licenciamiento antes de presentar su solicitud de licenciamiento.

Pollos de Pasto

Los pollos de pasto son los pollos que pasan al menos la mitad de su período de vida en el pasto, la pradera o en suelo cubierto con vegetación apta para pastar. Las granjas que venden 1,000 o menos de pollos de pasto muertos pueden:

- Obtener una Licencia para Procesador de Alimentos del WSDA (vea las oportunidades de venta y asistencia técnica mencionadas arriba), o;
- Obtener un Permiso Provisional para Matar Pollos de Pasto del WSDA, el cual restringe el negocio en la granja a ventas en la granja de pollos matados directamente al consumidor final. Las ventas en mercados de granjeros, directas al restaurante y tiendas de abarrotes, ventas por Internet y cualquier otra forma de ventas NO están permitidas bajo el Permiso Provisional para Matar Pollos de Pasto del WSDA.
 - Antes de expedir el permiso, un agente de inocuidad alimentaria del WSDA debe inspeccionar las instalaciones y determinar si satisfacen las leyes y reglamentos de inocuidad alimentaria. Las solicitudes deben presentarse 6 semanas antes de la primer matanza. Los permisos cuestan \$75 anualmente y caducan el 31 de diciembre de cada año.

Procesamiento Móvil de Aves de Corral

Las Unidades Procesadoras Móviles son permitidas en el Estado de Washington. Estas instalaciones móviles pueden ser una manera factible para

pequeños productores para procesar las aves de corral al compartir el costo de las instalaciones con otros productores. La unidad móvil debe satisfacer los requisitos reguladores para una instalación procesadora de alimento y debe estar completamente cerrada. Cada productor que use la unidad móvil debe obtener una Licencia para Procesador de Alimentos del WSDA. Cada productor puede procesar hasta 19,999 aves de corral pequeñas o 5,000 pavos por año.

Contacte: WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal>

Ejemplo:

La primer Unidad Procesadora Móvil autorizada por el WSDA se encuentra en función en el Centro de Desarrollo de Agricultura en la Comunidad (Community Agricultural Development Center) en el noreste de Washington. Los materiales de construcción para la unidad costaron \$27,000. El Community Agricultural Development Center, WSU Cooperative Extension-Stevens County y el programa de Granjas Pequeñas y Mercadeo Directo del WSDA proporcionaron el subsidio, investigación y desarrollo para la unidad. A toda capacidad, se estima que la unidad procesa 30,000 pollos de pasto al año. Está disponible para su uso en el noreste de Washington y sirve como modelo para otras comunidades a través del estado.

Contacte: WSU Cooperative Extension-Stevens County
Terry Swaggerty
985 South Elm
Colville, WA 99114
(509) 684-2588
tswagerty@wsu.edu
<http://stevens.wsu.edu/>

20,000 o más aves pequeñas y 5,000 o más pavos

Se requiere inspección del USDA para los negocios que matan y procesan 20,000 o más aves pequeñas por año o 5,000 o más pavos por año. Para más información contacte el Servicio de Inocuidad e Inspección de los Alimentos del USDA.

Avestruz, Emú y Ñandú

Las aves grandes como el avestruz, emú y ñandú **pueden procesarse en instalaciones inspeccionadas por el USDA o en instalaciones autorizadas por el WSDA como Procesador de Alimentos.** Los procesadores autorizados por el WSDA como Procesadores de Alimentos pueden matar 19,999 o menos aves grandes por año. Estos procesadores pueden solicitar exención de inspección al Servicio de Inocuidad e Inspección de los Alimentos del USDA. Cada ave o paquete en venta debe estar marcado o etiquetado con esta frase en inglés, “*Exempted under PL 90-492*” (Exento bajo PL 90-492) y debe incluir el nombre y dirección del procesador.

Contacte: WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal>

USDA
Food Safety and Inspection Service-Boulder Office
665 South Broadway, Suite B
Boulder, CO 80303
Teléfono: (303) 497-5411
<http://www.fsis.usda.gov/>
Centro de Servicio Técnico: 1-800-233-3935

Productos de Vivero

Licenciamiento

A cualquier persona que produzca, maneje o venda más de \$100 bruto anual en plantas hortícolas, se le considera un “vendedor de productos de vivero” y se le requiere por ley tener una licencia para cada lugar donde se vendan las plantas hortícolas. La venta de flores cortadas no requiere una licencia de vendedor de productos de vivero. El Departamento de Licenciamiento del Estado de Washington expide licencias para vendedores de productos de vivero conjuntamente con el Programa de Licencia Maestra. Debe incluir un apéndice agrícola con su solicitud; este se encuentra en su paquete de la solicitud. (vea la sección de *Licenciamiento* para más información sobre la Licencia Maestra). El Departamento de Licenciamiento le informa al WSDA sobre su negocio y el WSDA puede inspeccionar sus instalaciones. Si desea que las plantas del vivero sean inspeccionadas o certificadas en cuanto a la salud de las plantas, existen servicios de inspección de viveros de la División de Protección de Plantas del WSDA, por una cuota. Las cuotas para la licencia para viveros están basadas en las ventas anuales brutas de plantas hortícolas.

Los mercados de granjeros pueden tener una Licencia para Vendedor de Productos de Vivero para cubrir a todos los vendedores de productos de vivero que vendan en ese sitio, mas pueden requerir que los vendedores tengan su propia licencia. La persona que tenga la licencia tiene la responsabilidad de asegurar que las plantas vendidas estén saludables, libres de enfermedades y de plagas.

Contacte: Para información o para obtener la solicitud para la Licencia Maestra:

Washington State Department of Licensing
Business License Services
(360) 664-1400

Para información sobre Servicios de Inspección de Productos de Vivero:

WSDA Plant Services Program
(360) 902-1922 or (360) 902-1874

Certificación

El *WSDA Plant Services Program* (Programa de Servicios de Plantas) proporciona examinación e inspección para asegurar una reserve de plantas libres de enfermedades para varias industrias agrícolas. Los programas de certificación voluntaria son actualmente proporcionados para árboles frutales y ornamentales relacionados (por ejemplo ciruelo o cerezo floreciente), semillas de papa, lúpulo, uvas, menta, ajo, moras silvestres y fresas. El programa también proporciona inspecciones durante la temporada de crecimiento de las plantas de vivero. Este es un programa privado que cobra por sus servicios.

Contacte: WSDA Plant Services Program
PO Box 42560
Olympia, Washington 98504-2560
(360) 902-1984

Alimentos Preparados y Servicio de Alimentos

Los reglamentos para el servicio y preparación de alimentos están listados en el *Washington State Food Code* (Código Alimentario del Estado de Washington) (Capítulo 69.07 RCW y WAC 246-215). Los departamentos locales de salud del condado proporcionan licencias e inspeccionan los establecimientos minoristas de servicio de alimentos en el Estado de Washington.

Los alimentos preparados y el servicio de alimentos (comidas y bebidas) se preparan y se sirven para su consumo en el sitio (por ejemplo en un puesto de comida o de licuado del mercado de granjeros, en un restaurante o puesto de bocadillos en una granja, o sidra recién hecha para venta en la granja).

Licenciamiento

Licencia para Establecimiento Minorista de Servicio de Alimento

Todos los negocios que vendan alimentos preparados en mercados de granjeros, en la granja o en cualquier otro sitio deben estar autorizados por el departamento local de salud del condado como un Establecimiento Minorista de Servicio de Alimentos

Excepciones: Los negocios que sirven solo los siguientes productos pueden estar exentos del Permiso para Establecimiento Minorista de Servicio de Alimento. Las compañías elegibles deben solicitar la exención en el departamento local de salud.

- Muestras individuales en rebanadas de frutas y vegetales
- Palomitas de maíz y palomitas de maíz con sabor
- Elotes
- Nueces rostizadas y nueces rostizadas cubiertas con dulce
- Chicharrón frito preparado para su consumo inmediato
- Manzanas con caramelo
- Algodón de Azúcar
- Bebidas de hielo picado con máquina (como raspados)
- Barras de helado o plátanos bañados en chocolate procesados en instalaciones autorizadas
- *Contacte al departamento local de salud del condado para una lista completa de los productos exentos.*

Contacte: El departamento local de salud del condado
(Vea el *Apéndice* para la lista completa)

Alimentos Procesados

Los reglamentos estatales sobre el procesamiento de alimentos están listados en la Ley de Procesamiento de Alimentos de Washington (*Washington Food Processing Act*) (Capítulo 69.07 RCW). Procesamiento de alimentos se define como, “el manejo o procesamiento de cualquier alimento en cualquier forma de preparación en venta para consumo humano”. Todo negocio que venda alimentos procesados directamente al consumidor en mercados de granjeros, en la granja o en cualquier otro sitio debe obtener una Licencia para Procesadores de Alimentos (*Food Processors License*) del Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA.

Procesamiento de alimentos se define como el manejo o procesamiento de cualquier alimento en cualquier forma de preparación en venta para consumo humano.

Los alimentos procesados incluyen: frutas secas, mermeladas, salsas, quesos, hierbas secas, tes, panes, galletas, sidra, mezclas para ensalada, etc. No significa frutas o vegetales frescos lavados o cortados mientras se preparaban o empaquetaban para venta en su estado natural.

Vea la sección de *Etiquetado para Alimentos Procesados* para más información sobre el etiquetado.

Licenciamiento

Licencia para Procesadores de Alimentos del WSDA:

Las granjas o los procesadores deben obtener una Licencia para Procesadores de Alimentos del Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA si:

- Su negocio procesa y vende alimentos empaquetados.
- Su negocio en la granja procesa comidas enlatadas bajas en ácido (como pescado o vegetales enlatados, pescado o vegetales empaquetados en pequeñas bolsas, etc.).
- Produce un alimento procesado y su negocio no está autorizado por el departamento de salud del condado como un establecimiento de servicio de alimentos.
- Vende un alimento procesado fuera de su condado.

Contacte al Programa de Seguridad Alimentaria para asistencia técnica personalizada sobre el proceso de licenciamiento, el diseño de sus instalaciones procesadoras y los materiales de construcción, requisitos para utensilios y equipo, procedimientos de refrigeración y calentamiento, fuente de agua y el posible contacto del sistema de agua potable con sustancias no potables, estrategias para controlar plagas, etiquetado del producto y técnicas de ciencias alimenticias para prevenir la contaminación de sus productos alimenticios.

Para obtener más información sobre los requisitos para licenciamiento antes de presentar su solicitud, contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA.

Los negocios que tengan una Licencia para Procesadores de Alimentos pueden comercializar los alimentos procesados dentro y fuera del estado,

excepto aves de corral y productos de carne exótica (solo puede comercializarse dentro del estado con tal licencia).

Cuota: \$55 a \$825, tarifa variable, basado en las ventas brutas.

El Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA inspeccionará las instalaciones procesadoras, los procedimientos de procesamiento de alimentos, y proporcionará asistencia técnica para satisfacer los reglamentos. Una vez aprobados y autorizados, habrá inspecciones inesperadas cada seis a doce meses. La Licencia para Procesadores de Alimentos caduca el 30 de junio de cada año y debe renovarse anualmente.

Leche y Productos Lácteos: Vea la sección de *Leche y Productos Lácteos* para obtener los requisitos específicos para vender y procesar leche, queso y otros productos lácteos con valor agregado.

Bebidas: Se requiere una Licencia para Procesadores de Alimentos para procesar bebidas no alcohólicas como agua embotellada, jugo o root beer (“cerveza de raíz”). Vea la sección de *Vino, Cerveza y Sidra Fermentada* para más información sobre el procesamiento de bebidas alcohólicas.

Ventas en el condado y en la granja:

Puede vender *algunos* tipos de alimentos procesados dentro de su condado y directamente al consumidor por medio de ventas en la granja o en mercados de granjeros si el departamento de salud del condado ha autorizado a su negocio como un establecimiento minorista de servicio de alimentos. Para más información sobre el licenciamiento para establecimientos minoristas, contacte su departamento de salud local del condado (vea *Apéndice*).

Asistencia Técnica

Para asistencia técnica en los siguientes temas, contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA:

- Licenciamiento, proceso de solicitud y requisitos,
- Diseño de las instalaciones de procesamiento y los materiales de construcción,
- Requisitos para utensilios y equipo,
- Procedimientos de calentamiento y refrigeración,
- fuente de agua y el posible contacto del sistema de agua potable con sustancias no potables,
- Estrategias para controlar plagas
- Etiquetado del producto,
- Prevención de la contaminación

Para información detallada sobre los requisitos para la Licencia para Procesadores de Alimentos, vea *The Food Processors Handbook* (Manual para Procesadores de Alimentos).

<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/FoodProcessors/LicenseHandbook.htm>

Contacte: WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/FoodProcessors>

Renta de una Cocina Comercial

Si usted desea procesar sus productos frescos de la granja mas no tiene las instalaciones o el capital necesario para invertir en infraestructura, puede encontrar una cocina que pueda usar. Algunos restaurantes, centros de la comunidad y Grange Halls, por ejemplo, permiten el uso de sus instalaciones para el procesamiento de alimentos. Puede haber cocinas “comerciales” o “de la comunidad” disponibles en su área.

Si usted vende sus productos dentro del condado, directamente al consumidor en la granja o en mercados de granjeros, la cocina comercial puede estar autorizada por su departamento de salud del condado. Llame al departamento de salud del condado para encontrar lugares con cocinas comerciales.

Si usted vende sus productos alimenticios procesados fuera del condado a través de cualquier canal de comercio (por ejemplo, mercados de granjeros, por Internet, en hoteles o restaurantes) o si procesa un producto de queso o alimentos enlatados bajos en ácido, la cocina comercial debe satisfacer los requisitos de procesamiento de alimentos del WSDA.

Cada negocio que procese alimentos en la cocina comercial debe tener una Licencia para Procesadores de Alimentos del WSDA. Los negocios que vendan alimentos procesados deben tener aseguranza adecuada (vea la sección de *Aseguranza*).

Empaquetado

Otra opción para pequeños productores es mandar procesar los productos con un empacador autorizado por el WSDA como procesador de alimentos. Este procesador debe tener aseguranza y normalmente cobra por unidad (pinta/cuarto de galón). El etiquetado en estos productos debe contener las siguientes palabras en ingles: “*Manufactured for...*” (Fabricado por...) o “*Distributed by...*” (Distribuido por...) para señalar la relación entre la compañía y el producto.

Aseguranza

Es importante tener adecuada aseguranza. Vea la sección de *Aseguranza* para más información.

Vino, Cerveza y Sidra Fermentada

Reglamentos Federales

Cada cervecería y bodega de vino debe tener un Permiso Básico Federal (*Federal Basic Permit*) de la Agencia de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco (TTB, por sus siglas en inglés) del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos. Una vez terminado, devuelto y aprobado el paquete de la solicitud, habrá una inspección de las instalaciones. Cuando las instalaciones pasen la inspección, se expedirá el permiso apropiado (por ejemplo, licencia para fabricar o licencia para vender vino). Contacte al TTB para recibir un paquete de la solicitud.

Contacte: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau
Northwest Field Office
500 East Broadway, Suite 280
Vancouver, Washington 98660
(360) 696-7900
<http://www.ttb.gov>

Reglamentos Estatales y Locales

La sección de Fabricantes, Importadores y Distribuidores del Consejo de Control de Licor del Estado de Washington (WSLCB, por sus siglas en inglés) impone las leyes estatales de licor y las reglas administrativas pertinentes a las cervecerías, bodegas de vino y fabricantes de licores alcohólicos. Si desea producir sólo bebidas que contienen alcohol, el licenciamiento para sus instalaciones debe procesarse a través del WSLCB. El WSLCB requiere se mantengan los estándares de sanidad del WSDA, (para más información, contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA). Si usted procesa o fabrica un producto tipo refresco u otros productos alimenticios aparte de bebidas alcohólicas, se requiere tener una Licencia para Procesadores de Alimentos del WSDA.

La estructura y licencia del edificio están sujetas a la aprobación del municipio o condado local y del WSLCB.

Mercados de Granjeros

Desde Julio del 2003, las bodegas de vino y cervecerías pueden vender vino y cerveza embotellada en ciertos mercados de granjeros que cumplan los requisitos (Capítulos 66.24.240, 66.24.244 y 66.24.170 RCW).

Tanto los mercados de granjeros como las cervecerías y las bodegas de vino deben solicitar aprobación a través del WSLCB. Los mercados de granjeros calificativos deben tener al menos cinco vendedores participantes que vendan sus propios productos agrícolas. Una vez que llenen los requisitos, el mercado de granjeros no tendrá que obtener una licencia para ocasiones especiales para permitir el consumo de cerveza/vino en el mercado.

Las cervecerías y bodegas de vino deben estar en el Estado de Washington, tener una licencia doméstica válida para cervecería o bodega de vino y solicitar autorización agregada del WSLCB. Tal autorización permite sólo ventas “para llevar”; no se permite probar ni dar muestras.

El vino vendido en mercados de granjeros calificativos debe estar hecho totalmente de uvas cultivadas en una denominación reconocida en Washington o de otros productos agrícolas cultivados en el estado. La cerveza debe producirse en Washington.

Para más información sobre la venta de vino o cerveza en mercados de granjeros, y para obtener los requisitos para los mercados de granjeros calificativos, vea la hoja informativa en inglés titulada “*Selling Wine and Beer at Farmers Markets*” (“Venta de Vino y Cerveza en Mercados de Granjeros”) disponible en línea en <http://www.liq.wa.gov/publications/publications.asp>.

Nota: El 95% de los ingredientes de las bebidas alcohólicas vendidas en mercados de granjeros miembros de la Asociación de Mercados de granjeros del Estado de Washington (WSFMA, por sus siglas en inglés) deben ser cultivados en Washington. Para más información, visite el sitio Web del WSFMA: www.wafarmersmarkets.com.

Licenciamiento y Cuotas

Bodegas de Vino y Micro Cervecerías:

- Deben obtener una Licencia para Bodegas de Vino Domésticas o Micro cervecerías del WSLCB (*Domestic Winery or Microbrewery License*) (Licencia no para minoristas): \$120-\$2,020 dependiendo en el tamaño de las operaciones. Disponible en línea: www.liq.wa.gov/publications/masterapp_nonretail.asp
- Para vender en mercados de granjeros, las bodegas de vino y las micro cervecerías deben también:
 - Obtener una *Solicitud para la Autorización Agregada (Application for Added Endorsement)*: \$75/año. Disponible en línea: www.liq.wa.gov/publications/publications_license.asp
 - Proveer al WSLCB una lista de los mercados donde venderá los productos en el siguiente mes. Esto debe incluir fechas y horarios en que se venderán los productos.

Mercados de Granjeros:

- Presentar al WSCLB la Solicitud necesaria para que Mercados de granjeros Autoricen la Venta de Vino y/o Cerveza Embotellada: Gratis
- Disponible en línea: http://www.liq.wa.gov/publications/masterapp_retail.asp

Contacte:

Washington State Liquor Control Board
Licensing Division
3000 Pacific Ave.
PO Box 43093
Olympia WA 98504-3093
360-664-1600, opción 4.
<http://www.liq.wa.gov>

**Para obtener los reglamentos de sanidad o información
sobre la Licencia para Procesadores de Alimentos:**

WSDA Food Safety Program
(360) 902-1876
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/FoodProcessors>

Notas:

Etiquetado

Etiquetado para Alimentos Procesados

Todos los alimentos procesados vendidos directamente al mayorista o minorista deben tener ciertas etiquetas en el paquete. Esto incluye alimentos procesados vendidos en mercados de granjeros, por Internet, a restaurantes o tiendas de abarrotes. Esto incluye a los alimentos preempaquetados, cortados, enlatados, cocidos y congelados. Los requisitos de etiquetado para alimentos del Estado de Washington están basados en la Ley Justa de Empaquetado y Rotulación de 1966.

Todos los procesadores deben estar autorizados por el departamento de salud local del condado o por el WSDA (vea la sección de *Alimentos Procesados* y *Alimentos Preparados* y *Servicio de Alimentos*)

El crear etiquetas para alimentos procesados puede ser uno de los costos de inicio más caros para productos procesados nuevos. Contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA para obtener asistencia técnica con las etiquetas antes de imprimirlas.

Las etiquetas de alimentos procesados deben satisfacer estos requisitos:

Idioma:

- Toda la información debe ser legible y en Inglés; otros idiomas pueden estar presentes, pero el Inglés es obligatorio

Identidad del producto:

- El nombre común o usual del alimento debe resaltar en el panel principal (por ejemplo *Pan de calabaza*)

Declaración de ingredientes:

- Los ingredientes deben estar listados con su nombre común o habitual en orden descendiente de predominancia por peso.
- **Todos los ingredientes deben estar listados en la declaración de ingredientes con todos sus subcomponentes listados en paréntesis.** Por ejemplo: Mantequilla (crema, sal, achiote). Los subcomponentes también deben aparecer en orden descendiente.
- El tamaño del tipo [de letra] de la declaración de ingredientes debe ser al menos 1/16 de una pulgada medido con la letra minúscula “o”.
- Los productos alimenticios que incluyan especies, saborizantes y colorantes (con la excepción de colores certificados tales como FD&C Red No. 40 o Yellow #5, 6, etc.) como ingredientes, pueden declarar estos productos como especies, saborizantes y colorantes.

Alérgenos de Alimentos: Los siguientes alérgenos de alimentos comunes (“Big 8”) deben declararse como ingredientes: Cacahuates, nueces de árboles, huevos, pescado, crustáceos, leche, soja y trigo. Otros ingredientes que pueden causar una reacción a ciertos individuos también deben declararse en la declaración de ingredientes, incluyendo FD&C Yellow No. 5, FD&C Yellow No. 6, sulfitos, carmín y extracto de cochinilla.

- Los consumidores con alérgenos de alimentos dependen del etiquetado correcto para escoger sus productos alimenticios. Las compañías podrían tener que retirar sus productos del mercado si los alimentos contienen alérgenos que no fueron mencionados en la declaración de ingredientes.
- El harina debe listarse por el tipo de harina (por ejemplo, harina de trino o harina de escanda).

Nombre y Dirección:

- Las etiquetas deben incluir la dirección principal del negocio del fabricante, emparador o distribuidor.
- Si el nombre dado no es el del fabricante, debe agregarse una frase calificativa que declare la relación de la compañía con el producto [en inglés], por ejemplo, “*Manufactured for* (Fabricado por)... nombre de la compañía y la dirección o “*Distributed by* (Distribuido por)... nombre de la compañía y dirección).
- Se puede omitir la dirección si el negocio está listado en un directorio actual de teléfono. **El nombre de la compañía, ciudad o pueblo, estado y el código postal siguen siendo obligatorios.**
- Se pueden agregar números telefónicos o direcciones de Internet, mas no pueden usarse en lugar del nombre y dirección.

Peso Neto:

- Debe presentar una declaración exacta de la cantidad por peso en valores usados en los Estados Unidos y también en valores métricos. La declaración debe colocarse dentro del 30% de la parte baja de la etiqueta del frente, en líneas generalmente paralelas a la base del paquete.
- El peso neto debe aparecer en letra visible y fácilmente legible en **negrillas** (“*bold*”). Debe aparecer en contraste directo a la otra información en el paquete.

Alimentos Perecederos:

- Los productos con vida útil de 30 días o menos deben declarar en la etiqueta del paquete la fecha en que se deben retirar de la venta. Tal fecha debe declarar el día y el mes en cierto estilo y formato en que sea fácilmente entendido por el consumidor. Si el producto requiere refrigeración antes o después de abrirse, tal información también debe aparecer en la etiqueta.

Información sobre Datos Nutricionales:

- Los Datos Nutricionales son requeridos en la etiqueta de la mayoría de los alimentos empaquetados y procesados.
- Los alimentos procesados por negocios pequeños pueden estar exentos de los requisitos de datos nutricionales en el etiquetado.
 - Los negocios que vendan un producto que haga una afirmación nutricional (por ejemplo “Provee 100% de la cantidad recomendada diaria de Vitamina C!”) no están exentos.
- Para más información, contacte al Programa de Seguridad Alimentaria del WSDA.

Contacte: Para más información sobre requisitos de etiquetado:

WSDA Food Safety Program

(360) 902-1876

<http://agr.wa.gov/FoodAnimal>

Certificación Orgánica

La “Agricultura Orgánica” es definida como un sistema de manejo de producción ecológica que promueve y aumenta biodiversidad, ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo. Está basada en el uso mínimo de insumos fuera de la granja y en prácticas de manejo que restauran, mantienen y aumentan la armonía ecológica.

La palabra “orgánico” es un término que denota un producto producido bajo la autoridad de la Ley de Producción de Alimentos Orgánicos de 1990. El Programa Orgánico Nacional (NOP, por sus siglas en inglés) del USDA y agencias acreditadas de certificación regulan los alimentos orgánicos.

Todos los productos vendidos como orgánicos en el Estado de Washington y en cualquier lugar de los Estados Unidos deben estar certificados por el Programa de Alimentos Orgánicos (*Organic Food Program*) del WSDA u otro agencia NOP acreditada de certificación. La certificación orgánica significa que un evaluador externo independiente ha verificado que los requisitos de producción orgánica, procesamiento y manejo de los cultivos han sido satisfechos.

Exenciones y Exclusiones

Los negocios que vendan menos de \$5,000 de productos orgánicos anualmente no necesitan certificarse, mas deben seguir los estándares del NOP.

Todos los alimentos vendidos como “orgánicos” en los Estados Unidos deben ser producidos de acuerdo a los estándares del NOP del USDA, disponibles en línea en: www.ams.usda.gov/nop/. Las reglas de *Organic Food Program* del WSDA están disponibles en línea en: <http://www.agr.wa.gov/FoodAnimal/Organic/default.htm>.

El NOP especifica prácticas permitidas y prohibidas en cuanto a semillas, plantas de semillero, transplantes perennes, fertilidad del suelo y manejo de nutrición del cultivo, rotación de cultivos y cultivos de cobertura, conservación de recursos naturales, manejo de hierbajo, plaga y enfermedades, cosecha, embalaje, almacenaje y documentación. Previo a recibir certificación orgánica, debe verificar que no haya aplicado materiales prohibidos a su granja por lo menos en los últimos 36 meses.

Los negocios orgánicos certificados son inspeccionados al menos una vez al año. El inspector inspeccionará todas las áreas de producción y manejo así como toda la documentación que usted mantenga relacionado con los productos orgánicos. El Programa de Alimentos Orgánicos del WSDA también lleva a cabo inspecciones de vigilancia sin anunciar a los operadores certificados y no certificados para observar conformidad con los estándares orgánicos.

El Programa de Alimentos Orgánicos debe recibir solicitudes de renovación a más tardar el 1 de marzo de cada año. Las solicitudes nuevas deben recibirse 60 días antes de la cosecha del cultivo para el cual se intenta conseguir la certificación. Las cuotas para la certificación de alimentos orgánicos están basadas en las ventas anuales del año natural de productos alimenticios orgánicos. Los solicitantes nuevos deben pagar una cuota no reembolsable de \$100. La lista de cuotas del Programa de Alimentos Orgánicos del WSDA para certificación orgánica puede obtenerse en el sitio Web del Programa de Alimentos Orgánicos.

Certificación Orgánica

Para obtener certificación orgánica:

1. **Contactar el Programa de Alimentos Orgánicos del WSDA.** Contactar el Programa de Alimentos Orgánicos y solicitar un paquete de solicitud para nuevos productores/vendedores
2. **Familiarizarse con los estándares orgánicos.** Lea el NOP y otra información proporcionada por el WSDA para familiarizarse con los estándares orgánicos.
3. **Completar el paquete de solicitud para productos orgánicos y pagar las cuotas.** Completar el paquete de solicitud para productos orgánicos del Programa de Alimentos Orgánicos del WSDA. Esto incluye: Plan del sistema de cultivo y manejo orgánico, formularios de información del lugar y formulación del producto, información sobre cuotas e información de ventas y rendimiento.
4. **Examinación y aprobación de la solicitud.** Después de presentar la solicitud al Programa de Alimentos Orgánicos, serán evaluados para asegurar su conformidad con los estándares del NOP.
5. **Inspección de alimentos orgánicos.** Una vez que la solicitud haya sido aprobado, se llevará a cabo una inspección de alimentos orgánicos en su negocio. **Nota:** Una vez que reciba su certificación orgánica, será inspeccionado anualmente para asegurar que su operación de la granja y de su manejo estén en conformidad con la Regla Nacional.
6. **Examinación del informe de la inspección.** Las inspecciones serán evaluadas para asegurar conformidad con los estándares orgánicos nacionales.
7. **Notificación del estatus de certificación.** Si la inspección verifica que su negocio está en conformidad con los estándares orgánicos, se expedirá un Certificado de Alimento Orgánico (*Organic Food Certificate*). Si se identificaron áreas que no estaban en conformidad, deberá corregir la violación antes de recibir la certificación orgánica.

Contacte:

WSDA Organic Food Program
<http://agr.wa.gov/FoodAnimal/Organic>
(360) 902-1805

USDA National Organic Program
<http://www.ams.usda.gov/nop>

Etiquetas Ecológicas (Ecoetiquetas)

Además de “Certificado Orgánico”, existe una multitud de ecoetiquetas para promover productos agrícolas. Una ecoetiqueta es un sello o logotipo que hace una afirmación específica sobre un producto. Existen dos tipos de ecoetiquetas. Las etiquetas *basadas en la producción*, reflejan que el producto satisface varios requisitos de producción ecológicamente significativa. Las etiquetas *basadas en el lugar* indican que el producto fue cultivado dentro de cierta región geográfica. Las ecoetiquetas no siempre aseguran una prima mayor de precios para los productos, mas pueden ayudar a captar una porción mayor del mercado.

En 1997, las investigaciones realizadas por el Hartman Group basado en el noroeste determinaron que el 52% de los consumidores comprarían un producto que fuese producido en forma “sostenible para la tierra”. Desde entonces, muchas compañías han comenzado a utilizar ecoetiquetas. Hoy en día, existen opciones ecoetiquetados para la mayoría de productos. Con la proliferación de ecoetiquetas, los consumidores están más informados y son más perceptivos en cuanto a estas etiquetas. Los consumidores respetan una etiqueta estandarizada y regulada y suponen que el producto satisface las expectativas de la etiqueta. En algunos casos, el inspector de la organización certificadora vendrá a la granja a confirmar que los métodos de producción satisfacen sus estándares y algunos no pasan la prueba. La Union de Consumidores (*Consumers Union*) mantiene un recurso extenso en línea sobre las ecoetiquetas en: <http://www.eco-labels.org>.

Las siguientes son algunas ecoetiquetas basadas en el noroeste:

Puget Sound Fresh

La etiqueta “*Puget Sound Fresh*” identifica productos “crecidos a nivel local” en los doce condados que colindan con las aguas de Puget Sound (Whatcom, Skagit, Snohomish, King, Pierce, Thurston, Mason, Jefferson, Clallam, Kitsap, San Juan, y Island). Este programa, dirigido por *Cascade Harvest Coalition*, está diseñado para incrementar la preferencia de los consumidores por productos crecidos a nivel local al identificarlos con una etiqueta “Puget Sound Fresh”. Se invita a las tiendas de abarrotes y los mercados de granjeros del área a promover las frutas y vegetales frescos locales y productos de granja al usar el logotipo en la tienda y en sus anuncios. No hay un estándar de producción requerido para participar en este programa.

Contacte: Cascade Harvest Coalition
4649 Sunnyside Ave. N, rm. 123
Seattle, WA 98103
(206) 632-0606
<http://www.cascadeharvest.org>

The Food Alliance

The Food Alliance es un tercero independiente que aprueba granjas que satisfacen los requisitos de producción y permite que los productos lleven el sello (etiqueta) de aprobación. Los agricultores cuyos productos llevan esta etiqueta satisfacen o exceden los estándares de *The Food Alliance* en las siguientes áreas: conservación de tierra y agua, manejo de plagas y enfermedades y recursos humanos.

Contacte: The Food Alliance
1829 NE Alberta #5
Portland, OR 97211
(503) 493-1066
<http://www.thefoodalliance.org/>
Correo electrónico: info@thefoodalliance.org

Salmon Safe

Salmon-Safe es un filial sin fines de lucro del *Pacific Rivers Council*. En el Estado de Washington, el programa es coordinado por *Stewardship Partners*. *Salmon-Safe* trabaja para restablecer la calidad del agua y el hábitat del salmón en la línea divisoria de aguas del salmón en el noroeste del Pacífico al evaluar operaciones de granja que usan prácticas de conservación que benefician al salmón nativo. Las operaciones aprobadas por sus certificadores profesionales evaluadores independientes (terceros) son promovidas a través de asociaciones minoristas con la etiqueta *Salmon-Safe*.

Contacte:	Salmon-Safe, Inc. PO Box 10798 Eugene, OR 97440 (541) 345-0119 http://www.salmonsafe.org	Stewardship Partners 1411 Fourth Ave., Ste.1425 Seattle, WA 98101 (206) 292-9875 http://www.stewardshippartners.org
------------------	--	--

Guías del WSDA para otras Afirmaciones en Etiquetas de Productos de Carne, Animal o Alimento

Natural (Natural)

(Productos procesados y otros)

Según el USDA, toda la carne fresca que porta la etiqueta “natural” no puede contener ningún saborizante artificial, ingredientes de colorante, preservativos químicos, o ingredientes artificiales o sintéticos y es “mínimamente procesado” (un proceso que no altera fundamentalmente el producto crudo). Cuando se utiliza la afirmación “natural” en carne y aves de corral, esta debe ser acompañada por una declaración concerniente al uso del término tal como, “*No Added Coloring*” (“Sin Colorantes”). Aunque algunos productores usen el término “natural” en carne para afirmar que los animales no fueron expuestos a ningún antibiótico u hormona, esta implicación cae fuera de la definición del USDA. Cuando se utiliza este término en otros productos aparte de carne y aves de corral, el nombre implica que no se agregaron aditivos sintéticos al producto. No existe certificador para esta afirmación.

Grass-Fed (Alimentados con pasto) y Grass-Finished (Terminación con pasto)

(Carne de res y otras carnes)

Como lo define el USDA, el ganado vacuno (y otro ganado) que porte la afirmación de “*Grass-Fed*” ha recibido pasto, pastura verde o natural o forraje como 80% o más de su fuente de energía primaria a través de la vida del animal. Estos animales pueden ser terminados con alimentación de granos o recibir pienso verde en un área sin pastura. Aunque el USDA es el responsable del uso correcto de estas afirmaciones, no existe un sistema de verificación. El ganado que porte la afirmación de “*Grass-Finished*” (no definida por el USDA) ha recibido pasto, pastura verde o natural o forraje hasta el día de matanza. El pienso normalmente resulta en niveles más bajos de grasa (marmoleo) que el pienso de grano.

Free Range (Pradera abierta)

La etiqueta “*Free-range*” es una popularmente encontrada en huevos, pollo y otras carnes. Para productos de aves de corral, el USDA sólo requiere que el acceso al aire libre esté disponible por un “período no determinado cada día”. No existe supervisión reguladora sobre el uso de este término en huevos.

Hormone-free (Libre de hormonas)

(Carnes y aves de corral)

El USDA ha prohibido el uso de este término en todos los productos de carne, ya que no hay una definición estándar de lo que significa. Los productos de carne y aves de corral que porten el término “*No Hormones Administered*” (“Ninguna Hormona Suministrada”) implican que al animal no se le agregó ninguna hormona durante el curso de su vida. No existe ninguna organización que certifique esta afirmación.

Non-GMO (Sin Organismos Modificados Genéticamente)

Los alimentos con Organismos Modificados Genéticamente (GMO, por sus siglas en inglés) han sido alterados genéticamente para contener genes de otras especies. Un alimento común con GMO es el maíz que ha sido alterado para contener genes de la toxina Bt para ayudar a combatir las pérdidas del cultivo a causa de plagas como taladro del maíz. Actualmente, el FDA no requiere que los alimentos que contienen GMO se etiqueten como tales. Muchas compañías que no usan GMO han etiquetado voluntariamente sus productos como libres de GMO. Todos los alimentos orgánicos son libres de GMO. No existe una organización que certifique específicamente esta afirmación.

Antibiotic-free (Libre de antibióticos)

(Aves de corral)

El USDA no aprueba el uso del término “*Antibiotic-free*”. El uso de los términos “*No Antibiotics Administered*” (“Ningún antibiótico suministrado”) o “*Raised Without Antibiotics*” (“Criado sin antibióticos”) es aceptable y aunque el USDA es el responsable por el uso correcto de estas afirmaciones, no existe un sistema de verificación.

Un-caged (Animales desjaulados)

Cualquier ave de corral que ha sido criada desde que tenía 1 día de nacida con un mínimo de cuatro pies cuadrados de espacio de vivienda (incluyendo áreas exteriores e interiores) por ave y ha tenido acceso a áreas exteriores que proporcionen un mínimo de un pie y medio cuadrado de espacio de vivienda exterior por animal. Los requisitos mínimos de espacios de vivienda son calculados para el tamaño de un pollo adulto de cinco libras y los requisitos para otras aves de corral son calculados proporcionalmente de acuerdo al tamaño de la especie.

Fertilized eggs (Huevos fertilizados)

Estos son huevos puestos por una gallina que ha sido cruzada con un gallo en los últimos 30 días o en una bandada de por lo menos un gallo por 20 gallinas y que al incubar los huevos, el 80% de éstos resulta fértil. Estos huevos son seguros y se pueden consumir. No existe certificador para esta afirmación.

Pastured-poultry (Aves de corral alimentadas con pastura)

Los pollos que son criados con pastura, permitiéndoles forrajear. Estas aves pueden también haber recibido un suplemento de pienso de grano lo cual puede o no ser orgánico o completamente basado en vegetales. No existe una organización de certificación que supervise esta afirmación.

Pesticide Free (Libre de pesticidas)

Cualquier producto alimenticio que sea producido sin herbicidas, fungicidas u otros pesticidas y que ha sido examinado para determinar que no haya residuos.

Unsprayed (Sin fumigar)

Cualquier producto alimenticio que ha sido producido sin herbicidas, fungicidas u otros pesticidas y ha sido examinado para determinar que no haya residuos.

Grown Without Pesticides (Cultivados sin pesticidas)

Cualquier producto alimenticio que ha sido producido sin herbicidas, fungicidas u otros pesticidas.

rGBH- free/rbST-free (Libre de rGBH/Libre de rbST)

(Productos lácteos)

La Hormona Recombinante de Crecimiento Bovino (rGBH, por sus siglas en inglés y también conocida como rbST), es una hormona sintética usada para incrementar la producción de leche en vacas lecheras. Las afirmaciones “*rGBH-free*” (“Libre de rGBH”) o “*rbST-free*” (“Libre de rbST”) implican que tales hormonas no se les inyectaron a las vacas. No existe una organización que certifique esta afirmación. Todos los productos etiquetados con esta afirmación deben incluir la siguiente declaración en inglés: “*No significant difference has been shown between milk derived from rbST treated and non-rbST treated cows*” (“Ninguna diferencia significativa se ha encontrado entre la leche derivada de vacas tratadas con rbST y las no tratadas con rbST”) como lo requiere el FDA.

Irradiated (Irradiado)

(Productos lácteos, fruta, carne, aves de corral, vegetales y condimentos)

La irradiación o “pasteurización fría” es usada para reducir el riesgo de la presencia de patógenos perjudiciales como el E. coli. Los alimentos que han sido irradiados deben etiquetarse como “*Treated with Irradiation*” (“Tratados con Irradiación”) y deben mostrar el símbolo internacional de la irradiación (la radura). Tanto el FDA como el USDA regulan esta práctica; sin embargo, no existen estándares para determinar la cantidad de la reducción de patógenos y la cantidad de patógenos afectada por la irradiación puede variar. Los alimentos irradiados no son “radioactivos”; sin embargo, la composición química del alimento cambia como resultado de este proceso.

Kosher

La palabra *Kosher* es una adaptación de la palabra hebrea que significa “apto o apropiado”. Un producto se certifica como Kosher cuando se produce de acuerdo a la Ley Judía. La certificación Kosher se aplica a alimentos, bebidas y utensilios.

Los alimentos certificados como Kosher deben ser certificados por un consejo de certificación Kosher local o nacional y deben portar el logotipo del consejo certificador en la etiqueta del producto. A continuación se presentan algunas de las leyes alimenticias aplicadas a la comida Kosher:

- Ningún marisco.
- Limitado a animales con pezuñas hendidas y que rumian su alimento.
- No mezclar carne con productos lácteos.
- El equipo utilizado para un producto lácteo o carne debe limpiarse apropiadamente antes de usarse para cualquier otro producto.
- Los animales y las aves de corral deben ser faenados con el ritual Kosher.
- Sólo el pescado que tiene aletas y escamas es Kosher.
- La producción de alimentos Kosher debe verificarse a través de una agencia de control Kosher o un Rabí Judío Ortodoxo. Las inspecciones son generalmente repetidas cada mes.

Contacte: Una sinagoga listada en su directorio local

En Seattle:

KOF-K Kosher Supervision
Rabbi Genauer, Director
5353 South Kenyon St.
Seattle, WA 98118
Teléfono: (206) 722-8233
E-mail: Egenauer@kof-k.org

Halal

Halal es una palabra Árabe que significa “autorizado o permitido” y es el estándar alimenticio utilizado por los musulmanes. La comida transportada de países musulmanes o que está destinada para musulmanes-americanos en los Estados Unidos debe obtener certificación Halal. La certificación para alimentos Halal es llevada a cabo por el Consejo de Alimentos y Nutrición Islámica (*Islamic Food and Nutrition Council of America* o IFANCA, por sus siglas en inglés), quien inspecciona y certifica a los productores y procesadores de alimentos. Las cuotas para este servicio varían dependiendo del número de factores, incluyendo tipo de producto e información de mercadeo sobre los productos a certificar. Para más información, contacte a IFANCA.

Todos los alimentos son considerados Halal excepto los siguientes:

- Carne de cerdo/puerco y sus subproductos.
- Animales matados incorrectamente o muertos antes de la matanza.
- Animales matados en el nombre de alguien otro que Alá.
- Alcohol y productos tóxicos.
- Animales carnívoros, aves de presa y animales de tierra (como serpientes y lagartijas).
- Sangre y subproductos de sangre.
- Alimentos contaminados con cualquiera de los productos ya mencionados.
- Alimentos que contienen ingredientes tales como gelatina, enzimas, emulsionadores, etc. pueden o no calificar como Halal.

Contacte: Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA)
5901 N. Cicero St. 309
Chicago, IL 60646
(773) 283-3708
<http://www.ifanca.org>

Notas Personales:

Temas Generales

Cupones para Alimentos

Cualquier mercado minorista como mercados de granjeros, operaciones de auto-selección y programas de “Agricultura Apoyada por la Comunidad (CSA)” que vendan alimentos para consumo humano en el hogar es califica para recibir cupones para alimentos como pago. El USDA, intentando reducir costos y fraude asociado con la entrega y manejo de vales canjeables de papel, ha cambiado a un sistema electrónico para manejar las transacciones de cupones para alimentos. Los recipientes de asistencia del programa de cupones para alimentos, conocido también como Programa Básico de Alimentos (en inglés, *Basic Food Program*), ahora reciben una tarjeta llamada *Quest card*. Esta tarjeta es como una tarjeta de débito utilizada para una compra. Las transacciones requieren que el vendedor use el aparato conocido como *Point of Sale* (Punto de Venta) (POS por sus siglas en inglés) para la Transferencia Electrónica de Beneficios (EBT, por sus siglas en inglés) y requiere acceso a una fuente de energía de 110 voltios y a una línea telefónica. Aunque muchos vendedores directos califican para recibir cupones de alimentos como pago de productos agrícolas, no los pueden aceptar porque no tienen acceso a tecnología EBT, la fuente de energía requerida o línea telefónica.

Soluciones

Mercados de granjeros

Desde el 2005, existen ocho mercados de granjeros con el programa de EBT en de Estado de Washington. Estos programas de EBT permiten hacer una transacción en la oficina de los mercados de granjeros a los clientes de cupones de alimentos al recibir vales a cambio de los créditos de los cupones de alimentos. El cliente canjea los vales con los vendedores del mercado, quienes después intercambian los vales por dinero con el gerente del mercado.

El Departamento de Servicios Sociales y de Salud (DSHS, por sus siglas en inglés) de Washington están trabajando para hacer disponibles los aparatos POS a los minoristas. Para más información sobre los aparatos inalámbricos POS, contacte al DSHS. Las transacciones también pueden llevarse a cabo usando un proceso de autorización manual, donde el vale de papel se completa y el vendedor llama al centro de aprobación. Se puede usar cualquier tipo de teléfono, incluyendo teléfonos celulares.

Estos programas de EBT están programados para expandirse hacia otros mercados. Los gerentes de mercados de granjeros deben contactar al Proyecto EBT del DSHS del Estado de Washington para más información sobre el uso de este programa. Los agricultores deben contactar al gerente del mercado para más detalles sobre el mercado de granjeros al que planean asistir.

Granjas Individuales

Los dueños de las granjas que deseen aceptar los créditos de cupones para alimentos como pago por sus productos en mercados de granjeros, puestos de frutas u operaciones de auto-selección deben recibir autorización del Servicio de Alimentos y Nutrición del USDA. Las granjas deben presentar copias de su Licencia Maestra del Estado de Washington, tarjeta de Seguro Social y

Permiso de Salud (si es requerido). La mayoría del ingreso de la granja debe venir de ventas al por menor, no al por mayor.

Una vez obtenida la autorización, contacte al Proyecto EBT del Estado de Washington para obtener un aparato EBT. Si puede verificar un mínimo de \$100 por mes de transacciones de cupones de alimentos, el estado proporcionará el aparato a ningún costo por el periodo de tiempo mientras siga manteniendo el mínimo. Si no puede mantener el mínimo, o si no puede utilizar este método, se puede usar un sistema manual de cupones.

**Programas de “Agricultura Apoyada por la Comunidad”
(CSA, por sus siglas en inglés):**

Existen ciertas reglas que pueden limitar la participación de programas de CSA. Por ejemplo, el valor de los productos frescos recibidos debe satisfacer el valor de los cupones de comida canjeados. Si hay pérdida de la cosecha o bajo rendimiento durante un periodo de tiempo, los clientes deben continuar recibiendo el valor completo de sus vales. Para más detalles, llame a los siguientes números.

Contacte:

Para recibir autorización para aceptar cupones de alimentos:

USDA Food & Nutrition Services

1-877-823-4369 (gratis) para recibir un paquete de solicitud.

¿Preguntas? Llame al (206) 553-7410

**Para obtener un aparato EBT o para preguntar sobre programas
pilotos:**

Washington Department of Social and Human Services (DSHS)

Washington State EBT Project

(360) 725-4553

Correo electrónico: Arthur Fredrickson: fredrar@dshs.wa.gov

Programas de Nutrición en Mercados de granjeros

Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Mujeres, Bebés y Niños (WIC, por sus siglas en inglés)

El Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Mujeres, Bebés y Niños permite que sus participantes compren en mercados de granjeros frutas y vegetales frescos cultivados a nivel local. El programa proporciona alimentos frescos, nutritivos y sin preparar para mujeres, bebés y niños en riesgo nutricional y amplía la conciencia y el uso de mercados de granjeros para incrementar las ventas de los agricultores participantes. El Servicio de Alimentos y Nutrición (FNS, por sus siglas en inglés) del USDA y el Departamento de Salud (DOH) del Estado de Washington administran el programa. La ley federal requiere que los estados proporcionen fondos iguales (parear fondos) de fuentes estatales, locales o privadas. Los beneficios no son disponibles en todas las áreas de Washington. En el año 2004, los beneficios del Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Mujeres, Bebés y Niños estaban disponibles en 35 de 39 condados. Este número puede cambiar de año a año a causa de la fluctuación de financiamiento del programa.

Los mercados de granjeros deben satisfacer los estándares determinados por el Departamento de Salud del Estado de Washington para aceptar cheques de WIC para mercados de granjeros. El mercado debe tener al menos cinco cultivadores y/o ser miembro de la Asociación de Mercados de granjeros del Estado de Washington. Cualquier agricultor que desee aceptar cheques de WIC debe cultivar una porción de lo que vende (sin agentes intermediarios) y debe vender en mercados de granjeros autorizados por WIC.

Para más información sobre cómo convertirse en un mercado de granjeros autorizados para el Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Mujeres, Bebés y Niños, o para conseguir una lista de mercados de granjeros participantes, visite la siguiente página Web:

<http://nutrition.wsu.edu/markets/listings.html>

Contacte:

Washington State Department of Health
Women, Infants, and Children
Farmers Market Nutrition Program
(800) 841-1410 o (360) 236-3662
<http://nutrition.wsu.edu/markets/index.html>

Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Ancianos (SFMNP, por sus siglas en inglés)

Basado en el Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Mujeres, Bebes y Niños, este programa federal proporciona beneficios a ancianos de bajos recursos. Establecido en el 2001, Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Ancianos es administrado por el USDA, el la Administración de Servicios para la Vejez e Invalidez (Aging and Disability Services Administration, en inglés) del DSHS y varias agencias locales. Los ancianos elegibles compran productos frescos directamente de los agricultores en mercados de granjeros autorizados o en puestos al borde de la carretera. En algunas áreas, los productos frescos son entregados a domicilio a los ancianos o a varios sitios para que ellos los recojan. El programa se lleva a cabo de julio a octubre.

Para participar, los mercados de granjeros deben recibir autorización del Departamento de Salud junto con el DSHS. Los agricultores que deseen participar deben satisfacer los mismos estándares para el Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Mujeres, Bebes y Niños. El programa no está disponible en todas las áreas del estado. En el año 2004, los beneficios del Programa de Nutrición del Mercado de Granjeros para Ancianos estaban disponibles en 35 de 39 condados. Este número puede cambiar de año a año a causa de la fluctuación de financiamiento del programa. Para más información actual sobre este programa, contacte al DSHS.

Contacte:

Washington State Department of Social and Health Services
(DSHS)
State Unit on Aging
Olympia, WA
1-800-422-3263
<http://nutrition.wsu.edu/markets/index.html>

Para asistencia e información sobre estos programas también puede contactar a *Washington State Farmers Market Association* (Asociación de Mercados de granjeros del Estado de Washington).

Contacte:

Washington State Farmers Market Association
PO Box 30727
Seattle, WA 98113-0727
(206) 706-5198
<http://www.wafarmersmarkets.com>

Pesos y Medidas

La mayoría de los alimentos se vende por peso, medida líquida, medida seca en recipientes estándar o por cuenta. La lista de **Estándares de Calidad para Frutas y Vegetales Frescos** (*Quality Standards for Fresh Fruits and Vegetables*) del USDA es un buen recurso para estándares de calidad y empaquetado para la venta directa al por menor o al por mayor. Esta lista está disponible en el sitio Web del USDA (vea *Páginas Web* en el *Apéndice*).

Registro de Instrumentos de Medición

Los instrumentos de medición y peso (como básculas) usadas para fines comerciales deben registrarse anualmente. El registro se lleva a cabo como parte del sistema de la Licencia Maestra a través del Departamento de Licenciamiento (vea la sección de *Licenciamiento*) o cuando agrega instrumentos a su negocio actual. Si opera varias ubicaciones del negocio, se le requiere que posea y exponga una licencia para cada ubicación con los registros y permisos apropiados para el lugar. La falta de registro de los instrumentos podría resultar en penas civiles de \$50.00 por instrumento.

Existen muchos tipos de básculas, mas solo los modelos legales para el comercio pueden usarse. Las básculas puestas en servicio después de julio de 1996 deben tener un Certificado de Conformidad llamado *National Type Evaluation Program Certificate of Conformance*. Para mantener la exactitud, las básculas no se deben mover mucho y deben revisarse regularmente por agentes registrados con el estado.

Los inspectores de Pesos y Medidas del WSDA están disponibles para presentar información a su grupo.

Cuotas de Registro Anuales:

Básculas pequeñas: capacidad 0-400 libras	\$ 5.00
Báscula intermedia: capacidad 401-5,000 libras	\$20.00
Básculas grandes: capacidad mayor de 5,000 libras	\$52.00

Contacte:

Para preguntas sobre instrumentos o registro:

WSDA Weights and Measures Program
P.O. Box 42560, Olympia, WA 98506-2560
(360) 902-1857
FAX (360) 902-2086
Correo electrónico: wtsmeasures@agr.wa.gov

Para preguntas sobre registro:

Washington State Department of Licensing
Master License Service
(360) 664-1400

Señalamiento

Las señales pueden ser muy importantes para atraer clientes a los lugares de ventas directas incluyendo puestos en la granja y operaciones de auto-selección.

Señales en la Carretera

La Ley Scenic Vistas (*Scenic Vistas Act*) (Capítulo 47.42 RCW) gobierna los señalamientos en el sistema de carreteras estatales. El señalamiento en carreteras que aplica a ventas directas de productos de granja está clasificada como señales Direccionales Agrícolas Provisionales (*Temporary Agricultural Directional signs*) o señales Tipo 8 (*Type 8 signs*). Se requieren permisos para cualquier señal Direccional Agrícola Provisional en carreteras. Esto incluye señales en propiedades privadas colindantes con las carreteras estatales, lo cual proporciona información direccional a lugares que venden productos agrícolas de temporada cultivados o producidos en la propiedad donde se llevará a cabo la venta.

Las señales Tipo 8 tienen las siguientes restricciones:

- A) Las señales deben solo exponerse durante el periodo de tiempo en que se venda el producto de temporada.
- B) La Administración Federal de Carreteras (*Federal Highway Administration*) prohíbe cualquier señal en autopistas interestatales que anuncie operaciones agrícolas. No se deben colocar señales adjuntas al sistema de autopistas interestatales a menos que la señal califique como señal “dentro del local” (Tipo 3). Las señales Tipo 3 son las que anuncian una actividad llevada a cabo en la propiedad donde se encuentra la señal.
- C) Las señales no deben colocarse dentro de una ciudad o pueblo incorporado, mas pueden colocarse en áreas no zonificadas y áreas para actividades agrícolas, comerciales e industriales.
- D) El local donde se vendan los productos agrícolas de temporada debe estar a 15 millas o menos de la carretera estatal y cualquier señal suplemental necesaria para carreteras locales debe proveerse *antes* de instalar las señales en la carretera estatal.
- E) Las señales deben colocarse de manera que no limiten la distancia entre la vista de la aproximación de intersecciones o la visibilidad de otras señales autorizadas
- F) El espaciamiento mínimo entre señales debe ser de 300 pies. Las señales contiguas y las señales tipo V son consideradas una señal.
- G) No más de dos señales pueden colocarse en cualquier dirección de viaje en cualquier ruta estatal.

Los agricultores pueden solicitar permisos para anunciarse en propiedades privadas a lo largo de carreteras no-interestatales durante la cosecha cuando sus productos frescos están en venta. El costo por señal es de \$50.00 y los permisos son válidos por cinco años. Presente la solicitud al las oficinas regionales del Departamento de Transporte e incluya lo siguiente:

- Nombre y dirección del dueño de la señal.
- Declaración y firma indicando el consentimiento del dueño u ocupante de la tierra donde se colocará o mantendrá la señal.
- Declaración de la ubicación precisa de la señal.
- Declaración del tamaño y forma propuesta para la señal.
- Una descripción exacta de la ubicación de la actividad de negocio agrícola provisional
- Una descripción de la señal propuesta.

- Identificación de los productos vendidos y cantidad de semanas o meses que se anticipa vender el producto.
- El Número de Identificación de Impuestos Asignado a la Propiedad donde se ubicará la señal.

Una vez autorizado el permiso, las señales pueden erigirse al comienzo de la temporada de venta y deben removerse al final de la temporada de venta. Para más información sobre permisos para señales provisionales de agricultura:

Contacte: Washington State Department of Transportation (WSDOT)
Regional Outdoor Advertising Representatives

Región Noroeste:	P.O. Box 330310 Seattle, WA 98113-9710 (206) 440-4391
Región Norte Central:	P.O. Box 98 Wenatchee, WA 98801 (509) 667-3077
Región Olympic:	P.O. Box 47440 Olympia, WA 98504-7440 (360) 704-3223
Región Suroeste:	P.O. Box 1709 Vancouver, WA 98668-1709 (360) 905-2262
Región Sur Central:	P.O. Box 12560 Yakima, WA 98909-2090 (509) 577-1989
Región Este:	Box 5299 North Central Station Spokane, WA 99207-2090 (509) 324-6551

Notas Personales:

Apéndice

Recursos para Mercadeo Directo

Esta lista de publicaciones, organizaciones y páginas Web no representa respaldo de la información, productos o servicios. Existen muchas otras publicaciones, organizaciones y páginas Web que sirven a la comunidad de mercadeo directo y no fueron agregadas a esta lista por descuido. Extendemos disculpas por cualquier omisión involuntaria.

Publicaciones (por tema)

Publicidad

Grassroots Marketing: Getting Noticed in a Noisy World

Horowitz, Shel, 2000.

\$22.95

GFM Books, PO Box 3747, Lawrence, KS 66046

(800) 307-8949

www.growingformarket.com

Un libro sobre cómo obtener publicidad gratis y publicidad económica; el autor cubre los temas de crear una imagen, cómo escribir y copiar comunicados de prensa, trucos del comercio de imprenta para ahorrar dinero en folletos, anuncios, etc., correo directo, ventas por Internet, trabajar con los medios de comunicación y mucho más.

Marketing for Success: Creative Marketing Tools for the Agricultural Industry

Matarazzo, Robert. 1998.

\$16.95

Doe Hollow Publishing

(908) 475-4460

www.matarazzo.com

Técnicas para comercializar agresivamente los productos agrícolas; incluye consejos para como dirigir una campaña publicitaria dramática y efectiva, recibir cobertura de la prensa, crear un plan de mercadeo estratégico, triunfar en el mundo de agricultura para entretenimiento, incorporar estrategias de manejo de tiempo y crear un ambiente positivo de ventas.

Talk is Cheap: Promoting Your Business Through Word of Mouth Advertising

Harris, G. and G.J. Harris. 1991.

\$9.95

www.veryhappening.com

Más de 195 ideas y técnicas para que sus clientes generen publicidad de boca a boca (recomendación verbal) positiva, además incluye más de tres docenas de formas para prevenir que los comentarios negativos de boca a boca dañen su negocio.

Turismo Agrícola

Agriculture Innovation Center

www.aginnovationcenter.org/resources/agritourism.shtml

Una página Web con ideas sobre oportunidades de turismo agrícola que van de actividades de temporada a actividades de todo el año para aumentar la rentabilidad de su operación agrícola.

Agritourism and Nature Tourism in California

Diana Keith, 1999.

\$29.50

Small Farm Center, University of California, One Shields Ave., Davis CA 95616-8699
(530) 752-7716

sfcenter@ucdavis.edu

Esta publicación es un cuaderno de ejercicios diseñado para ayudar a los agricultores y ganaderos a determinar su potencial turístico y les ayuda paso a paso a establecer una empresa turística.

Alternative Enterprises and Agritourism Resource Manual

Maetzold, James A, 2004.

USDA, PO Box 2890, Washington, D.C. 20013

(202) 720-2307

www.nrcs.usda.gov/technical/RESS/altenterprise/resmanual.html

Un manual de referencia extenso sobre agroturismo el cual está disponible en papel, por Internet o en CD. Contiene información crítica sobre el agroturismo e incluye fuentes de información.

A Primer on Agritourism and Ecotourism Startups and Management

Jolly, Desmond A. P.H.D., 1999.

\$24.50

Small Farm Center, University of California, One Shields Ave., Davis, CA 95616-8699
(530) 752-7716

www.sfc.ucdavis.edu/docs/forsale_Resources.html

Un manual educacional que puede proveer una guía para una evaluación práctica sobre la decisión de entrar o expandir una operación turística agrícola o natural.

Agricultura Apoyada por la Comunidad (CSA)

Community Supported Agriculture Directory

Seattle Tilth, 4649 Sunnyside Ave N, Rm. 120, Seattle, WA 98103-6900
(206) 633-0451

www.seattletilth.org

Producido por *Seattle Tilth* en cooperación con el Centro Informativo de Sistemas Alternativos de Agricultura (*Alternative Farming Systems Information Center*) y la Red de Agricultura Sostenible (*Sustainable Agriculture Network*). Seattle Tilth es una organización sin fines de lucro que promueve la agricultura local orgánica y sostenible. Sus proyectos incluyen los jardines en comunidades urbanas (*p-patch*), visitas guiadas de granjas locales y presentan la Feria Tilth Harvest (*Tilth Harvest Fair*).

Community Supported Agriculture (CSA) Resources

University of Massachusetts

www.umassvegetable.org/food_farming_systems/CSA/csa_site/index.html

Una página Web que proporciona una lista extensa de recursos de publicaciones, revistas, videos, grupos de discusión en el Internet y organizaciones que apoyan la Agricultura Apoyada por la Comunidad.

Community Supported Agriculture Resources for Farmers

Robyn Van En Center for CSA Resources

www.csacenter.org/resourcelist.html

Una lista de libros, artículos y vídeos para granjas con programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad. El centro ofrece asistencia técnica, recursos publicados y enlaces a otros recursos y páginas Web. El centro también mantiene un directorio de programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad que incluye un servicio de conexión de agricultor a agricultor.

Mercadeo Directo

Backyard Market Gardening: The Entrepreneur's Guide to Selling What You Grow

Lee, Andy. 1992.

\$20.00

Good Earth Publications

(540) 261-8874

www.goodearthpublications.com

Un manual básico enfocado en el mercadeo directo de vegetales, frutas, flores, hierbas y ganado pequeño. Instruye sobre técnicas de mercadeo específicas e incluye testimoniales de agricultores.

Direct Marketing Resource Notebook

\$20.00

Midwest Sustainable Agriculture Working Group. P.O. Box 736. Hartington, NE 68739
(402) 254-2289

www.netins.net/showcase/nsas

Esta libreta contiene información sobre mercadeo directo. Incluye información general, estudio de casos prácticos, reglamentos y recursos.

Growing for Market

P.O. Box 3747, Lawrence, KS 66046

(800) 307-8949

www.growingformarket.com

Un boletín de noticias de producción y mercadeo con información específica para agricultores y jardineros que venden en mercados. Incluye noticias actualizadas, estudios, etc. Publicada cada mes.

Local Harvest

www.localharvest.org

Esta organización en línea conecta a los agricultores de mercadeo directo con clientes locales.

The Legal Guide for Direct Farm Marketing

Hamilton, Neil D. 1999.

\$24.00

Back40Books

(866) 596-9982

www.back40books.com

Un libro que proporciona respuestas a algunas preguntas legales comúnmente preguntadas por agricultores de mercadeo directo.

Small Farm Today

3903 W. Ridge Trail Rd., Clark, MO 65243-9525

www.smallfarmtoday.com

Una revista bimensual de instrucciones para cultivos alternativos y tradicionales, ganado y mercadeo directo.

USDA Farmer Direct Marketing Website

Marketing Services Branch – USDA, 1400 Independence Ave., S.W., Room 2646 - S, Stop 0269, Washington, DC 20250-0269

(202) 720-8317

www.ams.usda.gov/directmarketing

Ofrece una variedad de servicios y recursos sobre temas incluyendo tecnología de mercadeo, asistencia de diseño de las instalaciones, investigación sobre mercadeo directo, educación sobre mercadeo directo y perfiles de mercadeo por estado.

WSU Extension - Publications

Rebecca Armstrong
Hulbert 411, Pullman, WA 99164-6230
(509) 335-2822
www.ext.wsu.edu

Washington State University (WSU) Extension involucra personas, organizaciones y comunidades para avanzar conocimiento, bienestar económico y calidad de vida al fomentar investigación, aprendizaje y la aplicación de las investigaciones. Las publicaciones para agricultores y ganaderos de WSU Extension farmers están disponibles en línea en el siguiente enlace: www.pubs.wsu.edu.

Planificación de la Granja

Building a Sustainable Business: A Guide to Developing a Business Plan for Farms and Rural Businesses

University of Vermont, 2003.
\$14.00 por copia impresa o gratuita en formato PDF
Sustainable Ag Pubs., 210 Hills Building, U of VT, Burlington, VT 05405-0082
(802) 656-0484
www.sare.org/publication

Planes de negocio con hojas de ejercicios que prestan una perspectiva práctica e ilustran como algunos agricultores han fijado metas, investigado alternativas de procesamiento, determinado mercados posibles y evaluado las opciones de financiamiento. Incluye hojas de ejercicios en blanco para que el lector desarrolle un plan de negocio detallado listo para el prestamista o para que el lector planee estrategias para aprovechar nuevas oportunidades.

Farming Alternatives: A Guide to Evaluating the Feasibility of New Farm-Based Enterprises

Northeast Regional Agriculture Engineering Service (NRAES). 1988.
\$12.25.
P.O. Box 4557, Ithaca NY 14852-4557
(607) 255-7654
www.nraes.org/publications/nraes32.html

Este libro asiste a los residentes rurales y de la granja quienes están considerando una empresa alternativa. El formato de estudio de caso práctico y de cuaderno de ejercicios ayuda a evaluar las consideraciones personales y de la familia, recursos, potencial del mercado, viabilidad de producción, rentabilidad, flujo de fondos y todos los factores combinados. Cada capítulo incluye ejercicios, exámenes a sí mismo, listas de control y hojas de ejercicios que permiten que el lector analice una idea de empresa.

Making Your Small Farm Profitable

Ron Macher, 1999.

\$19.95

Back40Books, Nature's Pace Sanctuary, Hartshorn, MO 65479

(866) 596-9982

www.back40books.com

Incluye secciones sobre cómo sacar provecho de mercados altamente especializados que otros pasan por alto, planear la eficiencia de la granja, determinar requisitos de equipo y determinar costos de la maquinaria, comparar costos contra ganancias para cultivos de vegetales comunes y ganado y cómo comercializar los productos.

Market Farms Forms

Marcie A. Rosenzweig y Bill Kaye-Blake.

\$49.95

Back40Books, Nature's Pace Sanctuary, Hartshorn, MO 65479

(866) 596-9982

www.back40books.com

Este libro contiene plantillas de hojas de cálculo para computadora que sirven para planear y organizar información sobre mercados diversificados de granja. Este software le ayudará a planear cultivos y presupuestos, pedir semillas y enmiendas del suelo, cultivar transplantes, pronosticar el rendimiento e ingresos, y comparar con sus pronósticos lo que en realidad suceda. Si usted no usa una computadora, puede copiar estos formularios al manual y hacer los cálculos a mano.

Small-Time Operator

Kamoroff, Bernard B., CPA., 2000.

\$17.95

Bell Springs Publishing, Box 1240 Willits, CA 95490

(800) 515-8050

Presenta los aspectos prácticos de cómo construir un negocio desde obtener los permisos y licencias iniciales a encontrar financiamiento, el sitio de negocio correcto, desarrollar un sistema de teneduría de libros, pagar impuestos y contratar empleados.

De la Granja a la Cafetería

A Salad Bar Featuring Organic Choices: Revitalizing the School Lunch Program

Paul Flock, Cheryl Petra, Vanessa Ruddy y Joseph Peterangelo, 2003.

WSDA Small Farm and Direct Marketing Program, PO Box 42560, Olympia WA 98504

(360) 902-1884

www.agr.wa.gov/Marketing/SmallFarm

Un reporte a fondo sobre el desarrollo y la implementación de un exitoso programa “De la Granja a la Cafetería” (*Farm-to-Cafetería*) en la Escuela Primaria Lincoln (*Lincoln Elementary School*) en el Distrito Escolar Olympia (*Olympia School District*).

Farm-to-Cafetería Connections: Marketing Opportunities for Small Farms in Washington State

Kelli Sanger y Leslie Zenz, 2003

WSDA Small Farm and Direct Marketing Program, PO Box 42560, Olympia WA 98504
(360) 902-1884

www.agr.wa.gov/Marketing/SmallFarm

Un recurso para agricultores, profesionales de servicio de alimentos y miembros de la comunidad, diseñado como manual para desarrollar relaciones entre tales para el programa “De la Granja a la Cafetería” (*Farm-to-Cafetería*) en el estado de Washington.

How Local Farmers and School Food Service Buyers are Building Alliances: Lessons Learned from the USDA Small Farm/School Meals Workshop, May 1, 2000.

Tropp, Debra y Dr. Suarajudeen Olowolayemo, 2000.

USDA Agricultural Marketing Service
(202) 690-1303

www.ams.usda.gov/tmd/mta/publications.htm

Este informe resume los momentos educacionales más interesantes de un taller llevado a cabo en el año 2000 en el cual participaron directores de servicio de alimentos de escuelas, funcionarios estatales y federales de obtención de materias primas, representantes de extensión, miembros de cooperativas de granjas y especialistas de mercadeo de productos agrícolas. Este informe proporciona información y estrategias dirigidas a fomentar el uso de productos frescos cultivados a nivel local en programas de alimentación en las escuelas.

Local Food Connections: From Farms to Schools

Iowa State University Coop Extension, 2002.

Publication # PM1853a,
(515) 294-5247

www.extension.iastate.edu/hrim/publications.htm

Esta publicación de Iowa proporciona información sobre servicios de alimentos a escuelas K-12 (Kindergarten a año 12° o jardín de infancia a último año de educación superior) útil en todos los estados. También proporciona recomendaciones a los agricultores interesados en vender sus productos a las escuelas.

Mercados de Granjeros

Inland Northwest Farmers' Market Directory

Rural Roots, PO Box 8925, Moscow, ID 83843
(208) 883-3462

www.ruralroots.org/FMD/FMDListing.asp

Un directorio bianual de mercados de granjeros en operación en los siete condados más hacia el Este de Washington y todo Idaho. Además de proveer la ubicación del mercado, las horas de operación e información para contactar el mercado, el listado incluye una nota del mercado, cómo vender en el mercado, los productos en el mercado y las reglas y reglamentos del mercado. Puede pedir copias en papel de la oficina *Rural Roots* o descargar el directorio del Internet.

The New Farmers' Market: Farm-Fresh Ideas for Producers, Managers & Communities

Corum, Vance, Marcie Rosenzweig y Eric Gibson, 2001.

\$24.95 + \$4.00 gastos de envío

Vance Corum, Farmers' Markets America, 510 E 25th St, Vancouver, WA 98663
(360) 693-5500

Email: fma@pacifier.com

Este libro habla sobre los últimos consejos prácticos y tendencias de los vendedores de vanguardia, los gerentes y planificadores del mercado a través del país. Aprenda sobre los productos de gran demanda para cultivarlos y venderlos así como la forma en que afecta la exhibición de la mercancía, fije precios y dirija un negocio cordial y provechoso.

Washington State Farmers Market Guide

Washington State Farmers Market Association
PO Box 30727
Seattle, WA 98113-0727
(206) 706-5198

www.wafarmersmarkets.com

Un directorio de mercados de granjeros en el estado de Washington. Incluye a todos los mercados miembros de la asociación con su lugar de ubicación, fecha y tiempo de operación y la información para contactar al gerente del mercado. Folleto actualizado anualmente.

Mercadeo de Flores y Hierbas

Growing and Selling Fresh-Cut Herbs

Sandie Shores. 2003.

\$34.95

GFM Books, PO Box 3747, Lawrence, KS 66046

(800) 307-8949

www.growingformarket.com

Informa sobre cómo cultivar hierbas culinarias y cómo comercializarlas a restaurantes, mercados de granjeros y tiendas de abarrotes. Incluye asesoramiento sobre cultivos en invernadero, manejo de cuentas, escribir un plan de negocio, contratar empleados y otras consideraciones de negocios. También incluye información difícil de encontrar sobre tiempos de cultivo y rendimiento de las hierbas más importantes.

Herbs For Sale: Growing and Marketing Herbs, Herbal Products, and Herbal Know-How

Sturdivant, Lee. 1994.

\$17.50

San Juan Naturals

(800) 770-9070

www.bootstraps.com

Describe temas diversos incluyendo *wildcrafting* (la práctica de cultivar y recoger hierbas y otras plantas silvestres) y enseña sobre hierbas y las ventas directas a restaurantes. Incluye referencias detalladas como ayuda con las provisiones y otros contactos.

The Flower Farmer: An Organic Grower's Guide to Raising and Selling Cut Flowers

Byczynski, Lynn. 1997.

\$24.95

Chelsea Green Publications, PO Box 428, White River Junction, VT 05001

(800) 639-4099

www.chelseagreen.com

Este libro ofrece planes detallados manejables para cultivar flores a diferentes escalas desde un arriate hasta un jardín comercial de medio acre. Sirve como una introducción completa para cultivar flores cortadas para uso en el hogar y para la venta a clientes minoristas, floristas y otros mercados.

We're Gonna Be Rich: Growing Specialty Cut Flowers For Market

Arnosky, P. and F. Arnosky. 1999.

\$24.95

GFM Books, PO Box 3747, Lawrence, KS 66046

(800) 307-8949

www.growingformarket.com

Una colección de las columnas de flores cortadas de Frank y Pamela Arnosky desde 1995 a 1998. Si se dedica a cultivar flores, este libro será de gran valor para ayudarle a escoger variedades, descubrir lo nuevo, aprender técnicas de producción y entender los mercados.

Mercadeo de Ganado

Farm Fresh: Direct Marketing Meats and Milk

Allan Nation, 2002.

\$30.00

Acres U.S.A.

(800) 355-5313

www.acresusa.com

Explica como preparar un plan de negocio y de mercadeo, nombre de productos, fijar precios, agregar productos, encontrar y mantener clientes y cómo prosperar en un mercado altamente especializado. Proporciona casi 100 ejemplos de granjas reales de agricultores que alimentan con pasto al ganado. Contiene consejos para mercadeo directo de huevos, leche, queso y productos lácteos así como de la carne de res, cordero, bisonete, cabra, pato, conejo, cerdo, faisán, pollo y pavo.

Free-Range Poultry Production, Processing and Marketing

Beck-Chenoweth, Herman. 1997.

\$39.50

Back40Books, Nature's Pace Sanctuary, Hartshorn, MO 65479

(866) 596-9982

www.back40books.com

Este libro es un manual completo de instrucciones que incluye planes de construcción, fórmulas de pienso, información sobre matanza de ganado y soluciones al mercadeo, incluyendo muestras de herramientas de mercadeo. Este libro es muy útil por sí solo, mas el video que lo acompaña contiene valiosa información adicional.

Pastured Poultry Profits

Salatin, Joel. 1996.

\$30.00

Acres U.S.A.

(512) 892-4448

www.acresusa.com

Si desea criar 100-1000 pollos por año en el campo libre y no le importa una buena cantidad de trabajo, este método podría ser para usted. Este libro da instrucciones completas y fórmulas de pienso.

Pasture Profits with Stocker Cattle

Nation, Allan. 1992.

\$25.00

Acres U.S.A.

(800) 355-5313

www.acresusa.com

Allan Nation ilustra sus teorías económicas sobre el ganado para engorda al mostrar como Gordon Hazard ha acumulado y abastecido un rancho de 1800 cabezas de ganado sólo de las ganancias al retener el ganado para engorda. Ofrece una guía práctica para aprender sobre contabilidad de venta y compra, bajo estrés en el manejo del animal y salud del animal. También enseña cómo trabajar con un banquero, cómo usar el mercado de comodidades sin ser usado por el mercado de comodidades, maximizar la ganancia compensatoria y provee consejos prácticos sobre el forraje para ganado para engorda.

Profitable Pork: Alternative Strategies for Hog Producers

Sustainable Agriculture Publications, 2001.

University of Vermont, 210 Hills Building, Burlington, VT 05405-0082

(802) 656-0484

www.sare.org/publications

Folleto gratuito también disponible en formato PDF. Este folleto de 16 páginas ofrece perfiles de productores exitosos de cerdos al igual que las investigaciones más recientes sobre todo tipo de temas desde ganancias más altas hasta puerco con mejor sabor criado en sistemas alternativos de cerdos.

Salad Bar Beef

Salatin, Joel. 1996.

\$30.00

Acres U.S.A.

(800) 355-5313

www.acresusa.com

Usted puede sacar buenas ganancias de una pequeña manada de reses. Este libro enseña los aspectos prácticos del manejo de ganado y pastura y cómo mercadear directamente la carne.

Small Scale Livestock Farming

Carol Ekarius, 1999.

\$18.95

Back40Books, Nature's Pace Sanctuary, Hartshorn, MO 65479

(866) 596-9982

www.back40books.com

El enfoque natural y orgánico del autor hacia el manejo del ganado produce animales más saludables, reduce costos de pienso y cuidado de la salud y maximiza sus ganancias. Este libro le ayudará a escoger ganado adecuado, entender sobre la vivienda, cercado y alimentación, aprender sobre la reproducción, investigar las estrategias de mercados de vanguardia y crear un plan financiero y biológico completo para la granja

Mercadeo de Productos de Vivero

Growing Profits: How to Start and Operate a Backyard Nursery

Michael y Linda Harlan, 2000.

\$17.95

Back40Books, Nature's Pace Sanctuary, Hartshorn, MO, 65479

(866) 596-9982

www.back40books.com

Un manual sobre los aspectos prácticos de comenzar y dirigir un vivero a pequeña escala. Cubre el licenciamiento, preparación del sitio, equipo, compra de provisiones y mercadeo.

So You Want to Start a Nursery

Tony Avent, 2003.

\$24.95

GFM Books, PO Box 3747, Lawrence, KS 66046

(800) 307-8949

www.growingformarket.com

El autor se enfoca en las herramientas necesarias de negocio y planeamiento para los dueños de viveros. El autor también proporciona un manual básico sobre la industria de viveros en su

totalidad con discusiones sobre las ventajas y las desventajas de mercadeo al por menor, al por mayor, u ordenes por correo.

Mercadeo de Productos Frescos

Food Safety Begins on the Farm: A Grower Self Assessment of Food Safety Risks

Cornell University.

(607) 254-5383

www.gaps.cornell.edu

Una guía a color de 28 páginas destacando las Buenas Prácticas Agrícolas (GAP, por sus siglas en inglés) del FDA/USDA para cultivar frutas y vegetales frescos y reducir al mínimo el riesgo de contaminación microbiana.

Reduce Microbial Risks with Good Agricultural Practices

Cornell University

(607) 254-5383

www.gaps.cornell.edu

Un folleto que destaca los aspectos importantes de las Buenas Prácticas Agrícolas (GAP, por sus siglas en inglés) y cubre las prácticas antes de plantar, la producción, cosecha y después de la cosecha.

Salad Gardening For Profit

Susan Moser, 2004.

Bremer Mtn. Farm, 183 Butts Rd, Morton, WA 98356

(360) 496-6509

bremermfarm@yahoo.com

Esta colección de DVD y libro es un manual extenso de instrucciones para cultivar y mercadear bolsas gourmet preempaquetadas de mezclas de ensalada a cafeterías en escuelas y tiendas de ventas al por menor.

Sell What You Sow

Gibson, Eric. 1994.

\$24.95

New World Publishing, 11543 Quartz Dr. #1, Auburn, CA 95602

(800) 235-8866

www.nwpub.net

Ofrece una orientación práctica sobre cómo sacar ganancias al vender productos frescos. Revela los trucos del oficio de vendedores expertos a través del país.

Sustainable Vegetable Production from Start-Up to Market

Vernon Grubinger, 1999.

\$38.00

GFM Books, PO Box 3747, Lawrence, KS 66046

(800) 307-8949

www.growingformarket.com

Este libro introduce la gama entera de temas críticos para el éxito en la granja, desde necesidades de planeamiento y equipo hasta mercadeo y documentación. Aún más importante son los presupuestos de empresa de 18 cultivos basados en el análisis financiero

de granjas reales. Incluye una hoja de ejercicios para hacer su propio presupuesto de empresa.

Mercadeo a Restaurantes

2000-2001 Chef/Farmer Connection Directory

www.agsyst.wsu.edu/market.htm

Un directorio extenso diseñado específicamente para unir chefs con agricultores en el estado de Washington.

Selling Direct to Restaurants and Retailers

University of California-Davis. 2002.

www.sarep.ucdavis.edu/cdpp/selldirect.pdf

Este folleto resume los elementos claves para crear una relación empresarial exitosa con restaurantes locales y minoristas.

Selling Produce to Restaurants

Diane Green. 2003

\$10.00

Greentree Naturals, 2003 Rapid Lightning Road, Sandpoint, ID 83864

(208) 263-8957

www.greentreenaturals.com

El autor compare algunas de sus estrategias personales que le han ayudado a vender productos frescos exitosamente a restaurantes locales en una comunidad rural en el norte de Idaho.

Mercadeo de Valor Agregado

A Food Labeling Guide

U. S. Food and Drug Administration

www.cfsan.fda.gov/~dms/flg-5-1.html

Un análisis detallado de los reglamentos federales de etiquetado en alimentos mostrado en formato de preguntas y respuestas. Este documento proporciona orientación para el etiquetado de alimentos procesados e información específica sobre la información de nutrición en el etiquetado.

From Kitchen to Market: Selling Your Gourmet Food Specialty

Hall, Stephen F. 2000

\$28.95

Dearborn Publishing Co., 30 S. Whacker Dr. Room 2500, Chicago Il. 60606

(800) 245-2665

www.dearborn.com/trade

Una guía minuciosa de mercadeo de alimentos que lleva al lector paso a paso a través del proceso entero de mercadeo. Ofrece pautas sobre la investigación del mercado, empaquetado, precios y publicidad. Incluye cuadros, gráficas, tablas y listas de control, ejemplos de “casos en cuestión” (“*case in point*”) y apéndices detallados.

Making It On the Farm: Increasing Sustainability Through Value-added Processing and Marketing

Southern SAWG, 1996.

\$12.00

Keith Richards and Deborah S. Wechsler, P.O. Box 324, Elkins AR 72727-0324

(501) 292-3714

www.ssawg.org

Este folleto fue escrito para agricultores que quieran tomar retomar algo del intermediario al traer los dólares de procesamiento, empaquetado, etiquetado y mercadeo de regreso a casa a las granjas y para líderes de comunidades rurales quienes quieren fomentar los negocios de valor agregado basados en la granja en sus comunidades. Fue recopilado de entrevistas con agricultores y ganaderos del Sur quienes están agregando valor a sus productos. Describe algunas de sus prácticas, habla de 10 claves para obtener éxito e incluye una lista de recursos.

Value Added Enterprises for Small Scale Farmers

Sylvia Kantor, 1999.

WSU Extension-King County, 919 SW Grady Way, Suite 120, Renton, WA 98055-2980

(206) 205-3100

www.metrokc.gov/dchs/csd/wsucce/agriculture/Publications.htm

Folleto gratis disponible en el Internet que resume porqué el mercadeo de valor agregado puede ser una estrategia de mercadeo rentable para agricultores a pequeña escala. Este documento en formato PDF proporciona asesoramiento importante sobre cómo desarrollar una operación de valor agregado

Organizaciones

Alternative Farming Systems Information Center

(301) 504-6422

www.nal.usda.gov/afsic

Un centro de información que es parte de la Biblioteca Nacional de Agricultura (*National Agricultural Library*). Se especializa en identificar y acceder información relacionada con las empresas agrícolas alternativas y cultivos al igual que sistemas de cultivo alternativos.

Appropriate Technology Transfer for Rural Areas (ATTRA)

P.O. Box 3657, Fayetteville, AR 72702

(800) 346-9140

www.attra.org

Un programa patrocinado por el gobierno federal que ofrece publicaciones y asistencia técnica sobre producción y mercadeo.

BioDynamic Association

P.O. Box 550, Kimberton, PA 19442

(800) 516-7797

www.biodynamics.com

La *Biodynamic Farming and Gardening Association* es una organización sin fines de lucro que fue formada en los Estados Unidos en 1938 para fomentar, guiar y proteger el método de agricultura *Biodynamic*. La asociación publica y distribuye literatura incluyendo *BIODYNAMICS*, la revista de agricultura y jardinería ecológica más antigua del país.

Cascade Foothills Farmland Association (CFFA)

PO Box 462, Peshastin, WA 98847

(509) 548-6784 or (509) 548-7383

info@visitwashingtonfarms.com

www.visitwashingtonfarms.com

La *Cascade Foothills Farmland Association* es una organización sin fines de lucro que representa y promueve el turismo agrícola en el área norte central de Washington.

Proporciona apoyo, entrenamiento y coordinación de eventos a destinos turísticos y negocios individuales relacionados.

Cascade Harvest Coalition

Mary Embleton, Director

4649 Sunnyside Avenue North, Room 123, Seattle, WA 98103

(206) 632-0606

Email: mary@oz.net

www.cascadeharvest.org

Su misión es: Construyendo sistemas de alimentos y granjas saludables al cultivar intereses mutuos entre comunidades agrícolas y no agrícolas en el Oeste de Washington. Administra programas que ayudan a las granjas de familia en el estado de Washington incluyendo *Puget Sound Fresh* y *Washington FarmLink*.

Chef's Collaborative

262 Beacon Street, Boston, MA 02116

(617) 236-5200

www.chefscollaborative.org

Una red nacional de más de 1000 profesionales culinarios que promueven cocina sostenible al celebrar la cocina local, de temporada y artesanal (vea F.O.R.K.S. a continuación para una sección local). La misión de la organización es proveer educación y herramientas útiles que promuevan la compra de alimentos sostenibles y locales.

Culinary Consultants

Alan Joynson

(425) 788-8323

Email: ajoyson@stl.uswest.net

Ofrece asesoramiento para proyectos específicos enfocados en mercadear a chefs y restaurantes.

Ecotrust

Jean Vollum Natural Capital Center. Suite 200, 721 NW Portland, OR 97209

(503) 227-6225

Email: info@ecotrust.org

www.ecotrust.org

La misión de *Ecotrust* es construir la “Nación del Salmón”, un lugar donde prosperan las personas y el salmón silvestre. *Ecotrust* tiene objetivos en cinco programas integrados: programas nativos, pesquerías, bosques, alimentos y granjas y ciudadanía.

Food Alliance

1829 NE Alberta, #5, Portland OR 97211

(503) 493-1066

www.foodalliance.org

Food Alliance es una organización sin fines de lucro que promueve la agricultura sostenible al reconocer y recompensar a los agricultores que producen alimentos en formas ambientalmente acogedoras y socialmente responsables, y al educar a los consumidores y otros en el sistema de alimentos sobre los beneficios de la agricultura sostenible.

Farm Aid

11 Ward Street, Suite 200, Somerville, MA 02143

(617) 354-2922, (800) FARM AID

www.farmaid.org

Un grupo de apoyo que junta familias de granjeros, consumidores y ecologistas.

Farm Family Support Network

303 Palouse Street, Wenatchee, WA 98801
(800) 469-2981
www.ffsn.wsu.edu

El *Farm Family Support Network* es una parte de la Extensión Cooperativa de *Washington State University* que ayuda a las familias de granjeros que tienen estrés financiero a entender su situación y desarrollan estrategias de supervivencia realísticas que preservarán la mayor cantidad posible del capital que les sea posible. Ofrecen servicios gratuitos de consultas confidenciales individuales.

Farming and the Environment

1411 Fourth Avenue, Suite 325, Seattle, WA 98101
(206) 622-1340
www.farmingandtheenvironment.org

Farming and the Environment es una organización sin fines de lucro que trabaja para proteger tanto la vitalidad económica de la agricultura en el estado de Washington como para promover administración ambiental del paisaje agrícola del estado.

Farms Oceans Ranches Kitchens Stewards (FORKS)/Chef's Collaborative Affiliate

Kären Jurgesen, Presidente
3629 Bagley Ave. N., Seattle, WA 98103
Email: forkscontact@hotmail.com
www.forksproject.org

La sección local de *Chef's Collaborative*, dedicada a educar a las personas interesadas en el sistema de alimentos del noroeste sobre prácticas del sistema de alimentos sostenibles.

Friends of Family Farmers

Anita Bajoraitis
PO Box 111884, Tacoma, WA 98411-9998
(253) 941-0604
www.friendsoffamilyfarmers.org
ab@friendsoffamilyfarmers.org

Friends of Family Farmers es una coalición de ciudadanos, personal de la agencia y agricultores cuyo propósito es promover la agricultura en Pierce County, Washington.

From the Heart of Washington

105 South 18th Street, Suite 205, Yakima WA. 98901-2149
(866) 376-6469
www.heartofwashington.com

From the Heart of Washington es una campaña diseñada a incrementar la demanda de productos alimenticios y agrícolas de Washington por parte de compradores de Washington y para presentar un dibujo correcto del valor de la agricultura como parte de la economía del estado y su rol clave en sostener las comunidades rurales. Promueven sus metas con una campaña diversa de multimedia que incluye logotipos gratuitos disponibles para productores, minoristas, restaurantes e instituciones.

Heifer International

Pacific Northwest Program
PO Box 739, Ellensburg WA 98926
(509) 925-7350
www.heifer.org

El programa *Heifer International's Pacific Northwest* trabaja en sociedad con grupos de base de recursos limitados y organizaciones de la misma opinión para desarrollar proyectos de ganado basados en la comunidad que ayudan a construir capacidad, apoyar granjas de familias y reforzar sistemas de alimentos locales.

International Association of Culinary Professionals (IACP)

(800) 928-4227
www.iacp.com

El *International Association of Culinary Professionals* es una asociación profesional sin fines de lucro que proporciona educación para adultos y desarrollo para sus miembros quienes están involucrados en las áreas de educación culinaria, comunicación o en la preparación de alimentos o bebidas.

Institute for Rural Innovation and Stewardship

1300 Fifth Street, Wenatchee, WA 98801
(509) 682-6600
www.iris.wvc.edu

Como el centro para educación agrícola y de alcance de *Wenatchee Valley College*, el *Institute for Rural Innovation and Stewardship* trabaja en sociedad con otras entidades educativas, agencias públicas, organizaciones sin fines de lucro y negocios privados para crear oportunidades educativas y participa en investigación y desarrollo para afrontar los desafíos económicos, sociales y ambientales que enfrentan los agricultores, la industria agrícola y las comunidades basadas en la agricultura en el centro de Washington.

Kitsap Food and Farm Alliance

PO Box 971, Olalla, WA 98359
(253) 857-7267
www.kitsapfoodandfarm.org

La *Kitsap Food and Farm Alliance* es un grupo de colaboración de agencias gubernamentales, organizaciones, agricultores, mercados de granjeros, negocios y ciudadanos que trabajan juntos desde 1998 para proveer información sobre alimentos y productos agrícolas frescos disponibles en *Kitsap County*.

Livestock Marketing Information Center

655 Parfet St. Suite E310, Lakewood, CO 80215-5517

(720) 544-2941

www.Lmic.info

El *Livestock Marketing Information Center*) proporciona análisis económico y proyecciones sobre problemas y condiciones con respecto a la industria ganadera. El personal del centro actualiza continuamente los pronósticos, proyecciones y materiales de apoyo relacionados con la situación del mercado y perspectiva.

National Farmers Union

11900 East Cornell Ave., Aurora, CO 80014-3194

(800) 347-1961

www.nfu.org

La *National Farmers Union* es una federación que representa a los agricultores y ganaderos en todos los estados. Promueven cooperativas, trabajan en problemas regionales y nacionales y ofrecen programas de aseguranza a sus miembros.

Neighborhood Farmers Market Alliance

4519 ½ University Way NE #202, Seattle, WA 98105

(206) 632-5234

www.seattlefarmersmarkets.org

Una organización sin fines de lucro que opera seis mercados de granjeros en el área de Seattle.

North American Farmers' Direct Marketing Association

62 White Loaf Road, Southampton, MA 01073

(888) 884-9270

www.nafdma.com

La *North American Farmers' Direct Marketing Association* es un gran lugar para granjeros y sus familias, agentes de extensión y gerentes de mercados de granjeros para interconectar el uno con el otro sobre la rentabilidad del mercadeo directo. Los miembros incrementan sus ingresos de la granja al aprender uno del otro a través de conferencias, visitas internacionales guiadas de la granja, talleres y publicaciones de comercio.

Northwest Cooperative Development Center

1063 Capitol Way South, Suite 214, Olympia, WA 98501

(360) 943-4241

www.nwcdc.coop

nwcdc_info@qwest.net

El *Northwest Cooperative Development Center (NWCDC)*, por sus siglas en inglés) es una organización sin fines de lucro dedicada a asistir a los negocios de la cooperativa nuevos y existentes desde centros de guardería hasta sindicatos de crédito. La misión del NWCDC es fomentar el desarrollo económico de la comunidad, ante todo a través de modelos de negocio cooperativos.

Oregon State University Extension- Small Farms Program

Oregon State University, Corvallis, OR 97331

www.smallfarms.oregonstate.edu

Proporciona información para el pequeño agricultor comercial y el dueño de pocas acres.

Partnership for a Sustainable Methow

Post Office Box 264, Twisp, Washington 98856

(509) 997-1050

Email: psm@sustainablemethow.org

www.sustainablemethow.org

El *Partnership for a Sustainable Methow* es un grupo basado en la comunidad de ciudadanos comprometidos orientados hacia la acción que trabajan “para fomentar y apoyar el desarrollo de economía sostenible en el *Methow Valley* a través de actividades que preserven el ambiente rural y la calidad de vida”.

Puget Sound Fresh

Mary Embleton, Director

4649 Sunnyside Avenue North, Room 123, Seattle, WA 98103

(206) 632-0606

Email: mary@oz.net

www.dnr.metrokc.gov/wlr/farms/Index.htm

Puget Sound Fresh es un programa fundado por la *King County Agriculture Commission* para animar a los consumidores, mayoristas, minoristas y restaurantes a buscar y comprar productos cultivados a nivel local. Este programa es diseñado para incrementar la preferencia de los consumidores por productos cultivados a nivel local al identificar estos productos con una etiqueta de *Puget Sound Fresh*. Las tiendas de abarrotes y los mercados de granjeros son invitados a promover los productos frescos locales y los productos de granja al usar el logotipo. Busque y pregunte por los productos *Puget Sound Fresh* cuando ande de compras.

Pike Place Market Basket CSA

85 Pike Street, Room 500

Seattle, WA 98101

www.pikeplacemarket.org

(206) 774-5239

Email: csa@pikeplacemarket.org

Pike Place Market Basket CSA es un programa innovador que conecta a los consumidores locales directamente con agricultores locales. El *Pike Place* coordina con agricultores del área para proveer productos frescos para “canastas de mercado” semanales las cuales fueron previamente vendidas a clientes al comienzo de la temporada.

Robyn Van En Center for CSA Resources

Wilson College, Fulton Center for Sustainable Living, 1015 Philadelphia Ave,
Chambersburg, PA 17201
(717) 264-4141 ext. 3352

www.csacenter.org

El centro ofrece asistencia técnica, recursos publicados y enlaces a otros recursos y sitios Web. El centro también mantiene un directorio nacional de programas de Agricultura Apoyada por la Comunidad (CSA, por sus siglas en inglés) que incluye un servicio de conexión de agricultor a agricultor.

Rural Roots

Colette DePhelps, Executive Director
PO Box 8925, Moscow, ID 83843
(208) 883-3462

Email: colette@ruralroots.org

www.ruralroots.org

Una organización sin fines de lucro formada por una red fuerte de agricultores a pequeña escala con pocos acres, ganaderos, jardineros de mercado y negocios basados en alimentos. *Rural Roots* se enfoca en promover el sistema *Inland Northwest* de alimentos y agricultura, formado por comunidades urbanas y rurales que apoyan activamente y participan en empresas locales de alimentos y granjas.

Salmon Safe

Dan Kent
805 SE 32nd Avenue, Portland, OR
97214
(503) 232-3750

<http://www.salmonsafe.org>

Filial de Puget Sound:
Stewardship Partners
(206) 292-9875

www.stewardshippartners.org

Organización sin fines de lucro dedicada a restablecer líneas divisorias de aguas urbanas para que el salmón pueda desovar y prosperar. Certifica granjas respetuosas de los pescados con la ecoetiqueta regional *Salmon Safe*.

ShoreBank Enterprise Pacific

www.sbpac.com

Apoya a las comunidades costeras, negocios y organizaciones del Noroeste del Pacífico que se dedican a alcanzar bienestar económico, social y ambiental. Proporciona consultoría y préstamos con bajas tasas de interés para negocios pequeños.

Skagitonians to Preserve Farmland

P.O. Box 2405, Mount Vernon, WA 98273
(360) 336-3974

Email: spf@anacortes.net

www.skagitonians.org/

Una organización de base sin fines de lucro formada en 1989 y dedicada a proteger el rico patrimonio agrícola de *Skagit County* a través de la educación pública y a dueños de tierra.

Slow Food USA

434 Broadway, 6th Floor, New York, NY 10013

(212) 965-5640

www.slowfoodusa.org

Slow Food es una organización internacional dedicada a preservar la producción y preparación de alimentos tradicionales, biodiversidad elevada y el resurgimiento de la cocina y la mesa como centros de placer, cultura y economía.

Sustainable Agriculture Network (SAN)

P.O. Box 753, Waldorf, MD 20604-0753

(301) 374-9696

www.sare.org/publications

El *Sustainable Agriculture Network (SAN)* es un brazo de alcance del programa del Departamento de Agricultura de Estados Unidos *Sustainable Agriculture Research and Education*. SAN tiene una extensa variedad de publicaciones sobre producción alternativa y mercadeo.

University of California Small Farm Center

University of California-Davis, One Shields Ave, Davis, CA 95616-8699

(530) 752-8136

Email: Sfcenter@ucdavis.edu

www.sfc.ucdavis.edu

El *Small Farm Center* responde directamente a las necesidades de agricultores, investigadores, organizaciones, asesores de granjas y consumidores al proporcionar los resultados de investigaciones, publicaciones y programas educativos sobre temas de pequeñas granjas.

University of California Sustainable Agriculture Research and Education Program

University of California, One Shields Ave., Davis, CA 95616

(530) 752-7556

Email: sarep@ucdavis.edu

www.sarep.ucdavis.edu

El *Sustainable Agriculture Research and Education Program* proporciona liderazgo y apoyo a la investigación científica y a la educación en sistemas de agricultura y alimentos que son económicamente factibles, conserva recursos naturales y biodiversidad y eleva la calidad de vida en California. Promueven programas educativos y oportunidades de financiamiento y también publican investigación de campo, investigación de mercadeo y un boletín de noticias para profesionales de la industria.

USDA Agricultural Marketing Service

www.ams.usda.gov

El *Agricultural Marketing Service*, una rama del *USDA*, proporciona recursos e información sobre mercadeo directo y mercadeo convencional.

USDA/Rural Business Cooperative Service

STOP 3201, 1400 Independence Avenue S.W., Washington, D.C. 20250-3201
(202) 690-4730

www.rurdev.usda.gov/rbs

Promueve el desarrollo económico al respaldar préstamos a negocios a través de bancos y recursos de préstamo administrados por la comunidad. Ofrece asistencia técnica e información para ayudar a las cooperativas agrícolas y otras cooperativas a ponerse en marcha y mejorar la efectividad de su servicio al miembro.

USDA/Farm Service Agency

316 W. Boone, Suite 568, Spokane, WA 99201-2350
(509) 323-3014

www.fsa.usda.gov

Estabilizar los ingresos de granjas, ayudar a conservar recursos de suelo y agua, proveer crédito a agricultores y ganaderos nuevos o en desventaja y ayudar a las operaciones de granja a recuperarse de los efectos de desastres.

WSDA Food Safety Program

P.O. Box 42560, Olympia, WA 98504
(360) 902-1876

www.agr.wa.gov/FoodAnimal

El Programa de Seguridad Alimentaria (*Food Safety Program*) del Departamento de Agricultura del estado de Washington protege la salud del consumidor al proteger el suministro de alimentos a través de educación, asistencia técnica y aplicación.

WSDA Organic Food Program

P.O. Box 42560, Olympia, WA 98504
(360) 902-1805

Email: organic@agr.wa.gov

www.agr.wa.gov/FoodAnimal/Organic

El Programa de Alimentos Orgánicos (*Organic Food Program*) del WSDA protege a los consumidores y apoya a la industria de alimentos orgánicos al asegurar la integridad de los productos de alimento orgánico a través de estándares orgánicos establecidos y certificando a los productores, procesadores y manipuladores orgánicos.

WSDA Small Farm & Direct Marketing Program

P.O. Box 42560, Olympia, WA 98504
(360) 902-1884

Email: smallfarms@agr.wa.gov

www.agr.wa.gov/Marketing/SmallFarm

El Programa de Pequeñas granjas y Mercadeo Directo (*Small Farm & Direct Marketing Program*) asiste a los agricultores a entender los reglamentos actuales de mercadeo, encaran las barreras en los reglamentos de mercadeo, asisten en el desarrollo de infraestructura necesaria para mercadear productos de granja, asisten en el desarrollo de mercados de granjeros, promueven los sistemas de alimentos locales y proporcionan una voz para la agricultura a pequeña escala dentro del gobierno del Estado.

WSU Center for Sustaining Agriculture and Natural Resources

7612 Pioneer Way East, Puyallup, WA 98371

(253) 445-4626

www.csanr.wsu.edu

El *Center for Sustaining Agriculture and Natural Resources (CSANR)* fomenta enfoques a la agricultura y administración de los recursos naturales que son económicamente factibles, ambientalmente sensatos y socialmente receptivos. Para hacer nuestro sistema de alimentos más sostenible, el CSANR desarrolla relaciones interdisciplinarias entre la facultad de *Washington State University*, cultivadores, negocios agrícolas, grupos ambientales, agencias gubernamentales y la gente de Washington. El CSANR es un proyecto colectivo de *Washington State University Extensión* y el *College of Agricultural, Human, and Natural Resource Sciences*.

WSU Small Farms Team

7612 E. Pioneer Way, Puyallup, WA 98371

(253) 445-4514

www.smallfarms.wsu.edu

El grupo estatal *Small Farms Team* desarrolla y proporciona información basada en investigación y programas educativos que cultivan colaboración entre todas las personas que trabajan por crear sistemas de alimentos en la comunidad. El equipo construye apoyo público para la agricultura, preserva tierras de labranza de Washington para la producción de alimentos y fibra, ayuda a los agricultores a adoptar prácticas sostenibles y unifica a los agricultores y los consumidores en la creación de mercados locales y el acceso a alimentos saludables. El sitio Web de *Small Farms Team* incluye información sobre planeamiento de un negocio de granja, mercadeo directo, procesamiento de valor agregado y datos de tendencias de los consumidores. Cada año, en lugares a través del estado, los miembros del *Small Farms Team* ofrecen cursos sobre temas de producción y mercadeo enfrentados por los agricultores de pequeña escala de hoy en día. El *Small Farms Program* de *Washington State University* es parte del *Center for Sustaining Agriculture and Natural Resources*.

Washington Commodity Commissions

www.agr.wa.gov/Marketing/CommodityCommissions

Una lista de las 24 comisiones estatales de materias primas de agricultura y su información están disponibles en este sitio Web.

Washington Farm Bureau

P.O. Box 2009, Olympia WA 98507-2009

(360) 357-9975

hwww.wsfb.com

Washington Farm Bureau consiste de 23 organizaciones de *Farm Bureau* en condados y es una de las organizaciones de servicio a miembros más respetadas en la comunidad agrícola. Proporcionan servicios a miembros desde aseguranza de salud y servicios bancarios hasta el programa retrospectivo más grande de indemnización de los trabajadores y de seguridad en Washington.

Washington State Farmers Market Association

P.O. Box 30727, Seattle, WA 98103-0727

(206) 706-5198

www.wafarmersmarkets.com

Una red sin fines de lucro de más de 80 mercados de granjeros a través del estado. Dedicada a trabajar con otros grupos y agencias agrícolas para proporcionar recursos de mercadeo, talleres y para producir el directorio anual de Mercados de Granjeros del Estado de Washington.

Washington Sustainable Food & Farming Network

PO Box 762, Mount Vernon, WA 98273-0762

(360) 336-9694

www.wsffn.org

La red *Washington Sustainable Food & Farming Network* es una organización de base de apoyo estatal para la agricultura sostenible y granjas familiares en el estado de Washington. A través de educación, formando organizaciones de base, defensa de políticas y cabildeo, la red se ha convertido en una voz principal para la agricultura sostenible y un catalizador clave para el cambio en las políticas y prácticas de alimentos y agricultura en el estado de Washington.

Washington Tilth Producers

P.O. Box 85056, Seattle, WA 98145

(206) 442-7620

www.tilthproducers.org

Una organización de productores orgánicos y sostenibles en Washington. Presenta una conferencia anual que ofrece talleres de mercadeo, etc. Publica un directorio de sus miembros. Las secciones locales a través del estado incluyen: *Seattle Tilth*, *Sno-Valley Tilth*, *South Whidbey Tilth*, *Spokane Tilth* y *Vashon Island Growers Association*.

Yakima Valley Direct Marketing Association

P.M. Box 107, 1726 Gregory Ave., Sunnyside WA 98944

(509) 837-8897

info@guerras.com

Una asociación sin fines de lucro que produce un mapa de granjas con ventas directas de agricultores, procesadores y sitios de turismo agrícola en *Yakima Valley*, promoviendo el turismo en el valle por 26 años. Para obtener un mapa de granjas, mande un sobre dirigido a uno mismo a la dirección mencionada anteriormente.

Departamentos Locales de Salud

Adams County Health District

108 West Main
Ritzville, WA 99169-1408
(509) 659-3315

Asotin County Health District

431 Elm Street
Clarkston, WA 99403
(509) 758-3344

Benton-Franklin Health District

471 Williams
Richland, WA 99354
(509) 943-2614

Bremerton-Kitsap County Health District

345 6th Street Suite 300
Bremerton, WA 98337
(360) 337-5235

Chelan-Douglas Health District

200 Valley Mall Pkwy.
East Wenatchee, WA 98801
(509) 664-5306

Clallam County Dept. of Health & Human Services

223 East Fourth Street
Port Angeles, WA 98362-0149
(360) 417-2274

Columbia County Public Health District

1010 S. 3rd Street
Dayton, WA 99328
(509) 382-2181

Cowlitz County Health Department

1952 9th Ave.
Longview, WA 98632
(360) 414-5599

Garfield County Health District

121 S. 10th
P.O. Box 130
Pomeroy, WA 99347
(509) 843-3412

Grant County Health District

County Courthouse, 1st & C St. NW
P.O. Box 37
Ephrata, WA 98823
(509) 754-6060

Grays Harbor County Public Health & Social Services Dept.

2109 Sumner Ave.
Aberdeen, WA 98520
(360) 532-8665

Island County Health Department

(Courthouse Annex, 6th & Main St.)
P.O. Box 5000
Coupville, WA 98239-5000
(360) 679-7350

Jefferson County Health & Human Services

Castle Hill Center
615 Sheridan
Port Townsend, WA 98368
(360) 385-9400

Kittitas County Health Department

507 N. Nanum Street Suite 102
Ellensburg, WA 98926-2898
(509) 962-7515

Klickitat County Health Department

228 W. Main Street
MS: CH-14
Goldendale, WA 98620
(509) 773-4565

Lewis County Public Health
Health Services Building
360 NW North Street
Chehalis, WA 98532-1900
(360) 740-1223

Lincoln County Health Department
90 Nicholls Street
Davenport, WA 99122
(509) 725-2501

Mason County Dept. of Health Services
303 North Fourth
P.O. Box 1666
Shelton, WA 98584
(360) 427-9670

Northeast Tri-County Health District
(Ferry, Pend Oreille and Stevens Co.)
240 East Dominion
P.O. Box 270
Colville, WA 99114-0270
(509) 684-5048

Okanogan County Health District
Public Services Building
1234 S. 2nd Ave.
P.O. Box 231
Okanogan, WA 98840
(509) 422-7140

Pacific County Health Department
1216 W. Robert Bush Drive
P.O. Box 26
South Bend, WA 98586
(360) 875-9343

**San Juan County
Health and Community Services**
145 Rhone Street
P.O. Box 607
Friday Harbor, WA 98250-0607
(360) 378-4474

Seattle & King County Public Health
Wells Fargo Center
999 Third Ave., Suite 1200
Seattle, WA 98104
(206) 296-4600

Skagit County Department of Health
700 South 2nd Street #301
Mount Vernon, WA 98273
(360) 336-9380

Snohomish Health District
3020 Rucker Ave., Suite 300
Everett, WA 98201-3971
(425) 339-5210

Southwest Washington Health District
(Clark and Skamania Co.)
2000 Fort Vancouver Way
P.O. Box 1870
Vancouver, WA 98668
(360) 397-8215

Spokane Regional Health District
West 1101 College Avenue
Spokane, WA 99201-2095
(509) 324-1500

Tacoma-Pierce County Health Dept.
3629 South D Street
Tacoma, WA 98408
(253) 798-6500

Thurston County Health Department
Environmental Health
412 Lilly RD. NE
Olympia, WA 98506
(360) 786-5581

Wahkiakum County Health Department
64 Main Street
P.O. Box 696
Cathlamet, WA 98612
(360) 795-6207

Walla Walla County-City Health Dept.
310 West Poplar
P.O. Box 1753
Walla Walla, WA 99362-0346
(509) 527-3290

Whatcom County
Health & Human Services Department
509 Girard Street, P.O. Box 935
Bellingham, WA 98227-0935
(360) 676-6720

Whitman County Health Department
Public Service Building
North 310 N. Main Street
Colfax, WA 99110
(509) 397-6280

Yakima Health District
104 North First Street
Yakima, WA 98901
(509) 575-4040